

Il restyling della linea Niro e il premio all'etichetta Tibi Pecorino spumante brut, Citra torna carica da Vinitaly

2 Maggio 2024



VERONA - Il debutto dello spumante Trabocco Abruzzo doc, di cui la cooperativa di Ortona (Chieti) è stata tra i primi quattro produttori, il restyling della linea Niro e il premio di bronzo nella categoria private label del Design Award per l'etichetta del Tibi Pecorino spumante brut.

Un proficuo **Vinitaly** è quello appena andato in archivio per Citra, la più grande realtà vitivinicola d'Abruzzo con circa 3mila soci e 6mila ettari vitati.

“Il montepulciano d'Abruzzo si gioca sempre il primato di vino più venduto tra i rossi, abbiamo il boom dei rosè e quindi per noi il protagonista è il cerasuolo, ma abbiamo un trend positivo anche sui bianchi, a partire dagli autoctoni come pecorino e passerina”, è la fotografia scattata da **Giuseppe Colantonio**, marketing manager di Citra.

“Il vino, da prodotto puramente alimentare, oggi è diventato un prodotto conviviale se non edonistico, è in quest'ottica che abbiamo puntato sul marchio collettivo Trabocco, un brand identitario che oggi possiamo versare nei calici: bollicine abruzzesi, da vitigni autoctoni e spumantizzate in loco”, ha aggiunto. “Le nuove tendenze rappresentano una grande

opportunità e Trabocco ci permette di andare incontro ai giovani consumatori, che sono allettati da altre bevande ma per noi il vino rimane qualcosa di unico”.

“Vinitaly è l’appuntamento di settore più importante dell’anno al quale non si può quindi mancare. Ed è l’occasione giusta per rinsaldare rapporti, in termini commerciali ma anche umani”, ha poi fatto osservare il marketing manager di Citra. “L’evento va preparato per bene, con una scaletta di appuntamenti mirati ai vari fronti: il mercato interno – quindi da un lato la gdo, con i vari buyer, e dall’altro l’horeca con le agenzie che seguono le varie regioni – e quello estero, rinsaldando i rapporti con i vari distributori e importatori che abbiamo un po’ in tutto il mondo”.

Al salone internazionale del vino, Citra ha presentato anche il restyling della linea Niro, che include montepulciano, cerasuolo, pecorino, passerina e cococciola. “Una versione premium con posizionamento da enoteca”, ha detto Colantonio, spiegando come la nuova etichetta “va nella direzione di renderla snella e impattante, con la scritta grande di un brand semplice, bisillabo, ma allo stesso tempo con una texture che va a richiamare un procedimento che avviene in botte, dove i depositi tartarici si cristallizzano e creano un effetto di tanti brillantini, che noi abbiamo riportato in etichetta proprio perché oggi è importante catturare l’occhio del consumatore prima ancora del suo palato”.

Nuove soddisfazioni, per Citra, anche dal Vinitaly Design Award, il premio dedicato alle etichette che fino allo scorso anno si chiamava International Packaging Competition: per il secondo anno l’azienda ha ricevuto un premio, ottenendo un bronzo nella categoria private label.

“Un’etichetta dal tratto illustrato completamente a mano, disegnata ad hoc per il nostro cliente Esselunga”, ha aggiunto **Pina D’Eusanio**, creator designer di Citra. “Abbiamo voluto richiamare, attraverso il profilo di una donna, le curve delle nostre colline e delle onde del mare. Dando quindi l’immagine del nostro territorio in questo spumante pecorino, e anche il nome – che in latino significa ‘a te’ – evoca un brindisi”.

pubbliredazionale