

## L'etichetta Laus Vitae di Citra conquista la giuria del Vinitaly Design Award

16 Aprile 2025



VERONA – C'è una cantina abruzzese tra le aziende vinicole premiate nel Vinitaly Design Award, il concorso che riconosce le eccellenze del packaging, nell'ottica che un vino oltre a raccontarsi attraverso il calice, può iniziare la sua narrazione sin dall'etichetta.

Ed è proprio l'etichetta realizzata in collaborazione con Spazio Di Paolo, di Laus Vitae, Montepulciano d'Abruzzo prodotto da Citra Vini ad aver convinto la giuria del concorso, ottenendo il premio speciale Best In Show.

“È il risultato di un lavoro di squadra”, ha commentato **Giuseppe Colantonio** marketing manager della grande cooperativa sociale con sede a Ortona (Chieti), “fatto con l'agenzia Spazio Di Paolo che ha suggerito come materializzare l'etichetta. Tre sono le chiavi di lettura: quella letterale di Lode alla vita, quella in assonanza, di Lode alle viti e quindi ai vigneti che ci

regalano l'uva e poi la terza è dannunziana. Nel libro delle Lodi, il Vate ha scritto Laus Vitae, in cui esprime il panismo, l'identificazione uomo - natura. Sull'etichetta abbiamo messo un pennino dorato e una sestina per raccontare come il viticoltore al di là delle difficoltà è animato da una grande passione per donarci un gioiello che è il vino".

Il Vinitaly è per molte aziende l'occasione più adatta per portare all'assaggio tutte le novità che vanno incontro alle nuove richieste di mercato.

"Dal 2000 a oggi siamo passati da consumi da 60 litri di vino pro capite ai circa 33-34 di oggi. Questo ci dice che i giovani approcciano al vino in chiave convivale, di festa, quindi si cercano vini di facile beva".

Per rispondere alle richieste di mercato nascono prodotti come Caos, o come Trabocco la linea di spumanti prodotta con bollicine autoctone.

"Una sfida enorme", evidenzia il presidente **Sandro Spella**, "con cui si vuole far capire che anche l'Abruzzo è in grado di produrre spumanti di qualità e che bollicine in Italia non può essere solo sinonimo di Prosecco. Dietro il nostro lavoro c'è sempre tanto studio e ricerca. Molti nostri prodotti rispondono alle esigenze di mercato, ma molti guardano alla tradizione, perché è fondamentale guardare all'identità di un territorio".

**pubbliredazionale**