

Scaricato da



www.largoconsumo.info

Spot

Pinot di Pinot interpreta i nuovi trend del mercato

Pinot di Pinot, marchio storico di Casa Gancia, rappresenta il connubio ideale fra *tradizione e innovazione*, che contraddistinguono la filosofia dell'azienda. Creato nel 1980, è stato il primo spumante a dichiarare in etichetta il nome del vitigno e delle uve con le quali é prodotto, dando vita ad un nuovo segmento di mercato, quello del monovitigno. Nell'autunno del 2011 è stato rinnovato per valorizzarne i tratti caratteristici: "una personalità unica in grado di incontrare e soddisfare più perso-



nalità. Al passo con i tempi, al passo con le tendenze". Il rilancio prevedeva una serie di azioni mirate: il restyling del packaging, l'attivazione di punti vendita sia sul canale moderno che sul canale tradizionale e la creazione di una campagna di comunicazione on line (Fanpage su Facebook) e off line (campagna stampa consumer e trade).

Ad oggi Pinot di Pinot si riconferma leader del segmento. In volume è cresciuto del +7,6 %, in controtendenza rispetto al segmento del monovitigno, guadagnando una quota di mercato del 24,3%. In valore la variazione, rispetto all'anno precedente, è di +1,8% con un incremento della quota di mercato al +27,1%. (fonte IRI, dati sell out Ott11-Feb12).



Gancia F.lli & C. Spa
Corso Libertà, 66 – 14053 Canelli (At)
Tel. 0141.8301 – Fax 0141.835341
www.gancia.it

Largo Consumo 4/2012

Comunicazione d'impresa © Editoriale Largo Consumo srl