

Presentato *W! [AL generation]*, il primo vino in alluminio per la grande distribuzione

Casa Vinicola Caldirola, leader italiano nella gd per il segmento vetro con 85 milioni di bottiglie vendute, inaugura un coraggioso e innovativo progetto di branding, proponendo – per la prima volta in Italia – una linea di tre vitigni internazionali in bottiglia di alluminio da 0,75 litri. *Cabernet Veneto igt*, *Chardonnay Veneto igt*, *Rosato Salento igt*, sono le tre referenze della linea *W! [AL generation]* presentate in anteprima, lo scorso aprile, sul prestigioso palcoscenico veronese del Vinitaly. *W!* come Wine, *Al* per richiamare il simbolo chimico dell'alluminio e *generation* per identificare il nuovo target dell'azienda: un consumatore che rispetta le esigenze del vivere *green*. L'alluminio è infatti un materiale davvero ecocompatibile: leggero, resistente a urti e corrosione, eccellente conduttore termico, riciclabile al 100% e all'infinito senza penalizzazioni qualitative. Riciclabile, ma anche riutilizzabile: la bottiglia di *W! [AL generation]* si usa e si riusa: quando avrà esaurito la sua funzione primaria, potrà riacquistare una nuova vita, nel consumo domestico o in quello fuoricasa.

Una scelta forte di riposizionamento

Il nuovo lancio segna una scelta forte, che mira a riposizionare l'azienda, aumentandone il profilo ecologico e quindi la *brand reputation*. Un'opportunità, inoltre, per distinguersi nettamente sullo scaffale dai

concorrenti, grazie alla maggiore *visibility* offerta dall'alluminio e alla *label* decisamente *friendly*, che contribuisce a determinare un *emotional impact* nel consumatore, caratterizzata da una grande *W!* declinata nei colori vivi delle tre referenze, arancione, rosa e viola. Piacere per la vista, ma anche per il tatto: grazie alla vicinanza del peso specifico dell'alluminio a quello del corpo umano, la bottiglia di *W! [AL generation]* è anche bella e piacevole da toccare e maneggiare.



Con *W! [AL generation]*, l'azienda lombarda punta anche a operare una segmentazione del target: se con *La Cacciatora* – linea di vini che propone i più famosi vitigni regionali – tende a conquistare un fascia di consumatori tra i 45 e i 60 anni, con questo nuovo brand si rivolge a un pubblico più giovane, che va dai 35 ai 45 anni. Un target caratte-

rizzato da una maggiore sensibilità ambientale e più aperto alle novità e alle sperimentazioni.

In occasione del lancio, l'azienda ha promosso una Tavola rotonda dal titolo "Eco-design del packaging: responsabilità aziendale e sviluppo sostenibile", cui hanno partecipato Michele Radaelli (ad Caldirola), Carlo Galli (presidente Fondazione WWF Italia), Massimiliano Variale (consulente WWF per energia e rifiuti), Carlo Monguzzi (consigliere regionale ambiente Lombardia), Gino Schiona (direttore Consorzio

Imballaggi Alluminio) e Carlo Delmenico (direttore della responsabilità sociale di impresa Sma).



Casa Vinicola Caldirola srl
Via S. Bartolomeo, 8 – 23873 Missaglia (Lc)
Tel. 039.593121 – Fax 039.9201193
www.caldirola.it – casa.vinicola@caldirola.it