

# MAÏA

WINE

## COMUNICATO STAMPA

### NOTIZIA IN BREVE

Maia Wine lancia a Vinitaly 2023 (PAD 5 - Stand E6) il suo primo Prosecco Doc e lo fa con una campagna decisamente spaziale intitolata "The New Era of Sparkling" che prederà forma attraverso una serie di eventi super esclusivi, azioni di guerrilla marketing e affissioni di grande impatto.

## THE FUTURE IS MAIA

Un lancio inedito e inaspettato. Il brand Maia Wine nato sulle sponde della Doc Garda e acquisito per il 50% dal Gruppo Cielo e Terra lo scorso anno, si immerge appieno nel territorio della nuova compagine societaria e lancia la nuova etichetta Prosecco Doc con un'ADV ancora una volta controcorrente.



Prende vita una **campagna dal carattere fashion, dal ritmo decisamente futuribile**, in piena linea con le **tendenze del momento** e che si stacca, ancora una volta, totalmente dai canoni del mondo wine.

*"Il futuro è quella porzione della nostra vita che ancora non si è verificata. Incerto o sognato, il futuro è l'incognita più grande che abbiamo, un foglio bianco su cui scrivere la nostra storia e quindi una grande opportunità. La nuova avventura per il nostro brand è oggi quella del Prosecco Doc. Abbiamo la fortuna di poter sviluppare le nostre strategie su un brand forte e dal grande appeal che fa da "casa base" alle doc su cui decidiamo e decideremo di puntare, grazie alle varietà abbracciate dal Gruppo di cui facciamo ora parte. Maia è un marchio dalle spalle forti. Siamo nati nel luglio 2020 in uno dei periodi più difficili per il settore Ho.Re.Ca (unico canale in cui operiamo); grazie all'entusiasmo e alla progettualità di Luciano Piona (ex presidente del consorzio del Garda) abbiamo puntato su una denominazione, in cui pochi credevano. Manterremo fede al progetto iniziale abbracciando però allo stesso tempo la doc Prosecco sviluppata grazie al nuovo partner Cielo e Terra, che con i soci viticoltori vicentini ha rilanciato il prosecco del territorio, acclamato già nel 1754 dal Poeta Acanti"* Racconta **Angelo Lella - fondatore del brand**.



Angelo Lella

La **nuova etichetta Maia Prosecco Doc**, che mixa alla perfezione linee classiche con la modernità di un fiammante verde cromato, proietta il brand veneto in un'altra dimensione: quella globale; grazie alla forza di una denominazione riconosciuta in tutto il mondo.

**La campagna, che porta la firma dall'agenzia UNited STUDIO di Verona con la direzione artistica di Isabel Tonelli Rodriguez**, è stata scattata dal fotografo di moda nazionale Alberto Rugolotto (già autore di numerosi scatti per brand globali) e sarà visibile attraverso una **massiccia campagna affissioni lungo tutta l'area della Fiera di Verona dal 1 al 16 Aprile**.

Il New Concept della casa veneta rivivrà anche in una serie di attivazioni "fuori fiera", tra cui anche l'**evento super esclusivo di apertura che si terrà il 2 Aprile, tra Bentley fiammanti, nella magnifica Piazza dei Signori p.sso lo storico Caffè Dante**.

**L'aperitivo di chiusura Vinitaly invece si terrà l'ultimo giorno di fiera al locale Roma33** in collaborazione con The Organics by Red Bull che vedrà lo **special Guest Daniele Gentili** dar vita a inediti cocktail firmati Maia e **The Organics by Red Bull**.

Dichiarazioni:

"Crediamo molto in questa nuova etichetta e nel progetto Prosecco Doc. Maia si inserisce così alla scoperta di un mercato popolato da molte aziende e pochi brand. Sì, pochi brand, perché ormai, per dichiararsi brand, non basta un'etichetta su una bottiglia, ma il marchio deve esistere, muoversi e generare un valore in linea con il proprio posizionamento. Affrontiamo questa nuova avventura quindi con la consapevolezza di poter fare la differenza in un mercato oggi popolato da prodotti semi-anonimi, presenti sia in GDO che in Ho.Re.Ca e deprezzati sulle piattaforme di vendita on-line.

Valore per il Brand e valore per il nostro cliente, che sia ristoratore o cliente finale, sono le colonne portanti del nostro progetto, che si allontana dalle politiche del volume e dei prezzi a ribasso, ma che punta ad un nuovo modo di interpretare il Metodo Italiano che merita di rivivere attraverso brand, che come il nostro, ne valorizzano la presenza sul mercato" Racconta **Pierpaolo Cielo - Vice Presidente di Cielo e Terra Spa**.



Pierpaolo Cielo

### **About Maia**

Maia nasce da una visione condivisa, da una nuova chiave di lettura che vogliamo dare oggi al Metodo Italiano. Crediamo in un nuovo posizionamento per le bollicine del Nostro Paese, spesso relegate ad attore non protagonista, costantemente alla ricerca del volume a scapito del valore. Maia diventa così la pioniera del nuovo Segmento Soft Luxury e lo fa grazie ad una bollicina elegante, raffinata, che rivive in un lifestyle tipicamente italiano, fatto di eventi, appuntamenti glamour, partnership con global brand del mondo del lusso ed experience esclusive. Figlia di una produzione artigianale e limitata, Maia poggia le proprie radici su una strategia produttiva chiara e delineata, ovvero quella di mantenere nel tempo una crescita graduale, senza rincorrere i numeri, valorizzando la qualità, l'experience ed il fascino sensoriale che ruota attorno al nostro brand.