Cielo e Terra acquisisce il 50% del marchio Maia

written by Marco Salvaterra | 22 marzo 2022



Il gruppo vicentino che nel 2021 ha sfiorato i 60 milioni di fatturato con oltre 37 milioni di bottiglie vendute, punta al settore premium siglando una partnership strategica con il brand del Garda, nuova espressione della spumantistica italiana Maia, rispondendo pienamente anche alla richiesta di vini leggeri per momenti speciali della generazione Millennial

Prosegue il percorso di Cielo e Terra volto alla scoperta e alla valorizzazione delle denominazioni meno note del territorio ma con potenzialità intrinseche.

Frutto di questa strategia **la scelta quindi di acquistare il 50% del brand Maia. Una bollicina protagonista di un lifestyle tipicamente italiano,** fatto di eventi, appuntamenti glamour, partnership con global brand del mondo del lusso ed experience esclusive, che incontra perfettamente il gusto di un consumatore moderno ed internazionale, rispondendo pienamente anche alla richiesta di vini leggeri per momenti speciali della generazione Millennial.

Si afferma sul mercato quindi un brand dalla visione estremamente attuale, pioniere del segmento Soft Luxury nel segmento degli spumanti metodo charmat e che vive in una presenza esclusiva nel canale Ho.Re.Ca.

Maia nasce dalla ferma volontà di trasmettere e diffondere l'Italian Style nel Mondo, attraverso un prodotto identificativo di uno dei territori più amati dal turista Nord Europeo: il Lago di Garda. L'obiettivo della maison diventa quindi quello di raggiungere in pochi anni la posizione di leader di mercato per la denominazione Garda Doc.

Partendo da una distribuzione selettiva, l'azienda intenda sviluppare Maia a livello nazionale e poi mondiale, sempre con un posizionamento premium in linea con le aspettative del target di consumatori identificato. Un pubblico alla ricerca di prodotti di nicchia ed esclusivi del settore Ho.Re.Ca.

Un binomio quello tra qualità e stile che ha portato oggi il marchio veneto ad un sold out inaspettato e ad uscire con la propria rete vendita già in pre ordine per la prossima produzione 2022.

La casa vicentina oltre all'acquisto del brand del Garda, ha siglato un accordo di partnership anche con l'agenzia United Studio, fondatrice dello stesso brand, con il fine di dar vita ad un vero e proprio HUB creativo all'interno della stessa Cielo e Terra.

Una partnership che porterà Cielo e Terra a diventare una delle poche realtà italiane, forse l'unica, ad integrare all'interno della propria filiera un vero e proprio Team dedicato esclusivamente allo studio del mercato, delle tendenze e del gusto del consumatore.

BUSINESS

Cielo e Terra punta al settore Premium e acquista il 50% del marchio Maia

La scelta di acquistare il 50% del brand Maia nasce da una strategia che negli ultimi 20 anni ha visto Cielo e Terra impegnata in una rivalutazione di denominazioni meno note del nostro territorio, ma con grandi potenzialità intrinseche. Un percorso che ha portato oggi il gruppo ad un **incremento del'80% dell'estero in oltre 65 paesi sfiorando 60 milioni di euro** di fatturato con oltre **37 milioni di bottiglie vendute nel 2021.**

Grazie all'acquisizione del brand del Garda da parte di Cielo e Terra si aprono scenari inaspettati per un marchio che soltanto due anni fa stappava la prima bottiglia. Con questa mossa strategica Maia può puntare a una diffusione delle proprie etichette in tutto il mondo, contando sull'appoggio di una struttura moderna e innovativa e di una filiera completa che partendo dall'allevamento dei vitigni arriva fino alla commercializzazione globale dei propri prodotti.

Pioniera del segmento Soft Luxury del mercato degli spumanti, **Maia fonda le sue radici su una strategia produttiva chiara e delineata,** ovvero quella di mantenere nel tempo una crescita graduale senza rincorrere i numeri a scapito della qualità.

Una visione controcorrente che parte **da una produzione limitata annua di 50.000 bottiglie con l'obiettivo di raddoppiare ad ogni annata** la messa a terra di un prodotto rigorosamente in linea con le aspettative del proprio pubblico. Un pubblico alla ricerca di prodotti dall'alto percepito nel settore Ho.Re.Ca.

Un binomio quello tra qualità e lifestyle che ha portato oggi il marchio veneto ad un sold out inaspettato, uscendo con la propria rete vendita già in pre ordine per la produzione 2022.

La casa vicentina oltre all'acquisto del brand del Garda,

ha siglato un accordo di partnership anche con l'agenzia United Studio, fondatrice dello stesso brand, con il fine di dar vita ad un vero e proprio HUB creativo all'interno della stessa Cielo e Terra.

Una partnership che porterà Cielo e Terra a ad integrare all'interno della propria filiera un vero e proprio Team dedicato esclusivamente allo studio del mercato, delle tendenze e del gusto del consumatore. Continua la strategia di integrazione della filiera, partendo dalla valorizzazione dei frutti dei propri vigneti fino all'utilizzatore finale, con uno staff dedicato alla comunicazione e promozione dei propri prodotti verso consumatori di tutto il mondo.