



Il Prosecco fa scuola a New York e Miami

Al via progetto internazionale di promozione e informazione del Consorzio di tutela doc

Chiamatelo Prosecco solo se proviene dall'area del Prosecco. È il titolo della campagna che in questi giorni vede il Consorzio di tutela del Prosecco doc tra gli interpreti di Vinitaly International Usa 2013, progetto itinerante avviato da VeronaFiere per sviluppare una piattaforma globale volta a promuovere le aziende vitivinicole italiane nel mondo.

Il Consorzio del Prosecco doc ha in programma una serie di eventi sia a New York che a Miami. In particolare due



Missione Usa per il Prosecco doc

Master Class e altrettante degustazioni guidate rivolte a operatori di settore, giornalisti, consumatori più attenti. «Il messaggio principale che vorremo trasmettere con queste azioni» spiega il presidente Stefano Zanette «è che il termine Prosecco non indica una tipologia di vino, quanto una "denominazione d'origine" quindi una regione precisa. Che nel nostro caso corrisponde all'area geografica estesa a quelle nove province tra Veneto e Friuli Venezia Giulia dove vengono sia prodotte che trasformate, nel rispetto del disciplinare, le uve che danno origine al rinomato vino ormai ben noto e apprezzato non solo negli Stati Uniti, ma in tutto il mondo».

Dei 230 milioni di bottiglie prodotte nel 2012 solo il 40% viene consumato in Italia e il 60% va all'estero (1° Germania, 2° Stati Uniti, 3° Regno Unito). Gli Usa importano attualmente oltre 20 milioni di bottiglie di Prosecco, confermando anche quest'anno un trend positivo sull'export 2011 (+1,7% nel 2012) quindi mantenendo il secondo posto con il 15% della quota export complessiva.