IL GAZZETTINO

N° e data : 130719 - 19/07/2013
Diffusione : 79906
Periodicità : Quotidiano
IlGazzet_130719_25_8.pdf
Pagina 25
Dimens21.03 %
200 cm2

Sito web: www.gazzettino.it

IL CONSORZIO

Prosecco Doc, successo per la campagna del nord

Un successo la campagna del nord per il Consorzio Doc Prosecco. Il consorzio di recente è stato protagonista della 17. edizione di Vinexpo, salone internazionale del vino che dal 1981 (solo anni dispari) accoglie a Bordeaux le eccellenze di tutto il mondo, 2.400 espositori da 45 paesi, 48 mila operatori di 150 diverse nazionalità. "Era la prima presenza a Vinexpo del nostro giovanissimo Consorzio – spiega Luca Giavi, direttore della più grande denominazione italiana - Eravamo nel Padiglione principale del Salone internazionale, insieme alle più prestigiose denominazioni europee, e tale presenza, unitamente a quella di numerose aziende produttrici della nostra denominazione, è un chiaro segnale del grande interesse attribuito a questa fiera, dove il nostro Paese occupa il secondo posto per presenze dopo la Francia".

Poi dalla Francia il Consorzio è passato direttamente oltremanica, volando a Londra dove ha partecipato ad un altro evento significativo, "Taste of London", l'enogastronomia a 360° con le più importanti realtà del settore selezionate a livello internazionale. Basti pensare ai 40 migliori ristoranti di Londra presenti ma anche ai molti produttori di eccellenza che prendono parte all'evento presentando le loro produzioni di eccellenza.

"La nostra - spiega il Presidente della DOC Prosecco Stefano Zanette (*nella foto accanto al titolo*) – è stata una partecipazione dettata da una precisa strategia, poichè abbiamo presentato non solo stile e creatività, ma anche quel metodo italiano che ci rende unici al mondo. Non a caso, proprio in questa occasione abbiamo deciso di avviare la nuova campagna di comunicazione che già nel claim "Prosecco Doc - Italian Genio", evoca alcune peculiarità del Prosecco: la sua storia millenaria che affonda le radici in un'Italia antica fatta di nobili tradizioni e cultura vitivinicola e la vocazione all'internazionalità che da sempre questo vino ha dimostrato. Il claim oltre a richiamare l'eleganza e la creatività che tutto il mondo ci riconosce, ribadisce la capacità del Prosecco di andare lontano grazie alla sua eccezionale versatilità quindi l'attitudine al business".

Tutto questo dopo che la missione americana di inizio anno aveva confermato il successo che il prosecco Doc riscuote anche oltreoceano, 12 milioni di bottiglie e una crescita annua del 35%: «Un mercato - spiega ancora Zanette - che sta dando soddisfazioni, segno che è stata colta la qualità raggiunta dai nostri produttori e il forte legame con il territorio di origine. In più, la bevibilità e la bassa gradazione alcolica che lo fanno apprezzare anche da giovane e donne».

Copyright (Il Gazzettino)

Riproduzione vietata