



CONSORZIO DI TUTELA DELLA DENOMINAZIONE
DI ORIGINE CONTROLLATA PROSECCO

COMUNICATO STAMPA

per inglesi e americani Il PROSECCO è oggi la DESTINAZIONE TURISTICA più DESIDERATA

Verona, 13 Aprile 2016. La notizia era apparsa a fine gennaio sulla stampa inglese. Per l'autorevole rivista DECANTER il **Prosecco è la destinazione turistica più cliccata, ovvero la più amata**. Emerge dall'indagine che per i wine-lover inglesi e americani il Prosecco non designa più solo un vino molto amato - il trend di crescita a doppia cifra degli ultimi anni ha portato UK e USA rispettivamente al primo e secondo posto nell'export - ma un luogo ambito dove trascorrere un soggiorno alla ricerca di un turismo di qualità.

Secondo **Federico CANER**, Assessore al Turismo della Regione Veneto (prima in Italia in questo settore) dove il turismo è pure prima industria per fatturato "questa notizia è la dimostrazione che il nostro territorio sta andando nella giusta direzione. Il binomio turismo – enogastronomia è assolutamente vincente e va valorizzato. Abbiamo la fortuna di poter contare su Venezia come destinazione turistica senza uguali nel mondo. Facciamo assaggiare i nostri prodotti al turista, così che torni una seconda volta per conoscerli meglio. Le colline del Prosecco siano dunque le colline di Venezia, così come le Dolomiti le montagne di Venezia".

Per **Mara MANENTE**, direttore di Ciset – Ca' Foscari "Il prodotto esprime la cultura del territorio che lo ha generato e ne trasmette le emozioni. Portare il turista nel luogo dove origina è un'esperienza che coinvolge tutti i sensi. E il turista oggi da una destinazione si attende di poterla vivere a 360 °: **stare nel luogo, fare, imparare, poter essere se stesso**".

Ma quali sono gli ingredienti necessari?

"Qualità del prodotto e notorietà dell'area di provenienza sono i primi ingredienti – prosegue Manente – In questo il Prosecco gode grande fortuna; prodotto e area di provenienza coincidono, una grande opportunità che non va sprecata. Anzi va tenuto conto che per capacità di spesa il turista enogastronomico ha un profilo diverso dal turista balneare (35-40% contro 5% di quest'ultimo). Importante anche far sì che il turista percepisca il prodotto per la sua distintività. Senza originalità si rischia venga vissuto come una commodity".

Come si comunica un prodotto-destinazione? Per **Nicoletta MARTELLETTO**, rappresentante triveneto del GIST, Gruppo italiano stampa turistica - il modo di comunicare una destinazione sta cambiando rapidamente. "Meno parole e molte più immagini. Digitando Prosecco appaiono sul web oltre 1500 link, una grandissima offerta dove risulta difficile orientarsi. Ma quali informazioni sono

CONSORZIO DI TUTELA DELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA PROSECCO

Piazza Filodrammatici, 3 - 31100 TREVISO IT - t +39 0422 1572383 - f +39 0422 1572385
info@consorzioprosecco.it - www.consorzioprosecco.it
c.f. 04339160261 - p.iva 04484620267

davvero interessanti? Quelle che rispondono a 5 criteri:

- 1) Facilità e chiarezza di localizzazione.
- 2) Sicurezza, esigenza che ha subito un'impennata nell'ultimo anno. Meno ambite le grandi capitali percepite come rischiose; nel caso Prosecco l'area Veneto – Friulana viene vissuta come luogo sicuro
- 3) Buon rapporto qualità - prezzo
- 4) Story telling – La narrazione del luogo: cosa offre, cosa ci si può fare.
- 5) Cosa mi porto via? cosa mi resta in fondo al cuore, oppure in borsa (es. prodotti tipici)

Ilio RODONI, General Manager del più grande hotel di Venezia, l'Hilton Molino Stucky: “da quando nel 2014 abbiamo stretto l'accordo con il Consorzio Prosecco Doc, inserendo oltre 20 etichette in una carta vini dedicata, le vendite di Prosecco del sono aumentate del 600%. Contiamo 100.000 visitatori l'anno in hotel, di tutte le nazionalità ma oggi gli stranieri, specie inglesi e americani che prima chiedevano pinot grigio e chardonnay, oggi vogliono Prosecco e si aspettano di poter scegliere tra più tipologie. Non solo: per soddisfare la crescente domanda di visitare i siti di produzione del Prosecco stiamo lavorando con il Consorzio alla realizzazione di pacchetti turistici dedicati”

Floriano ZAMBON, sindaco di Conegliano (Città del vino 2016) ha portato l'esempio del progetto “Sulle vie del Prosecco” un Festival di altissimo profilo dedicato alla musica classica con concerti dislocati in varie località della denominazione Prosecco “per arricchire ulteriormente l'offerta culturale del territorio con iniziative di qualità”

“Da sempre Venezia si distingue per ingegnosità, bellezza, ospitalità – conclude il presidente **Stefano ZANETTE** – e la regione Prosecco Doc, per secoli parte della Repubblica Veneziana, conserva ancora queste caratteristiche. Gli abitanti crescono nella bellezza di paesaggi e architetture straordinarie, educati alla cultura dell'ospitalità e della convivialità. Non è quindi un caso se il Prosecco è espressione di questo territorio. Il consumatore lo percepisce, lo apprezza e come conseguenza diventa curioso di esplorare il territorio e a cultura che lo originano”.

Albina Podda / Ufficio Stampa

M 3484510176

CONSORZIO DI TUTELA DELLA DENOMINAZIONE
DI ORIGINE CONTROLLATA PROSECCO

CONSORZIO DI TUTELA DELLA DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA PROSECCO

Piazza Filodrammatici, 3 - 31100 TREVISO IT - t +39 0422 1572383 - f +39 0422 1572385
info@consorzioprosecco.it - www.consorzioprosecco.it
c.f. 04339160261 - p.iva 04484620267