



Home > Attualità

Consorzio Prosecco Doc vola negli Usa per la "National Prosecco Week"

ATTUALITÀ

14 persone lo consigliano 10 Lug 2023, 11:42

Il summit Nato di Vilnius, Kiev chiede un invito unanime all'adesione. Mosca avverte: reazione ferma

10 lug 2023, 12:55

La Nato si riunisce a Vilnius, con l'obiettivo di evitare divisioni sull'Ucraina

10 lug 2023, 12:09

Consorzio Prosecco Doc vola negli Usa per la "National Prosecco Week"

10 lug 2023, 11:42

Banco Bpm, Adolfo Pellegrino nominato Chief innovation officer

10 lug 2023, 11:54

Vino, Consorzio Brunello: nel 2022 vendite Rosso di Montalcino +20%

10 lug 2023, 11:39



Consorzio Prosecco Doc vola negli Usa per la "National Prosecco Week"

Dal 17 al 23 luglio iniziative di promozione e formazione in 30 Stati

Milano, 10 lug. (askanews) – Il Consorzio Prosecco Doc si prepara a volare negli Stati Uniti per la sesta edizione della "National Prosecco Week" che, Dal 17 al 23 luglio coinvolgerà 30 Stati con iniziative promozionali e formative che comprende campagne di comunicazione rivolte al trade, ai media e al consumatore finale.

"Visto il grande successo delle precedenti edizioni, siamo lieti di ritornare negli Stati Uniti, una buona opportunità per presentare i nostri vini, il nostro territorio e la nostra cultura alle più influenti personalità del vino e agli amanti del Prosecco Doc di un Paese che attualmente rappresenta il nostro mercato di maggior volume con oltre 134 milioni di bottiglie importate nel 2022 e un trend positivo anche nell'anno in corso" ha spiegato il presidente del Consorzio, Stefano Zanette, ricordando che la Denominazione nel 2022 ha registrato un aumento delle esportazioni negli Usa del +6,3% rispetto all'anno precedente. "Il nostro obiettivo – ha aggiunto Zanette – è continuare a rafforzare il successo della Denominazione monitorando i trend di consumo, prestando grande attenzione al territorio, e coinvolgendo attivamente l'intero sistema produttivo nel mantenere l'attenzione massima alla sostenibilità".

Dallo scorso anno primo mercato di riferimento per il Prosecco DOC, con una quota che vale il 24,3% dell'intero volume esportato, gli Stati Uniti "presentano ancora grandi potenzialità" e per questa ragione il Consorzio ha inteso confermare per il sesto anno consecutivo la 'National Prosecco



Stellantis, Urso vede Tavares: entro fine luglio accordo di transizione



Deloitte Italia: ricavi 2022-23 a 1,3 mld (+23%), Pompei confermato Ceo



Bonomi: da Timmermans approccio ideologico sulla sostenibilità

LOAD MORE >

Week'. Questa edizione prosegue, sul solco tracciato gli scorsi anni, "avvantaggiata da una fitta rete di partner costituita da negozi al dettaglio, punti vendita on line, enoteche, bar e ristoranti coinvolti in molti eventi rivolti specificamente ai consumatori e in campagne attivate tramite i media" ha precisato il Consorzio, evidenziando che "si contano inoltre diverse nuove partnership strategiche siglate con testate giornalistiche nonché svariate attivazioni affidate ad alcuni influencer di spicco negli Usa".

Come nell'edizione 2022, anche quest'anno "verranno intercettate diverse migliaia di consumatori grazie al coinvolgimento di oltre mille tra negozi on line e punti vendita fisici dislocati in 30 diversi Stati degli Usa, i quali parteciperanno dinamicamente con display dedicati, attivazione di promozioni e degustazioni in presenza". Oltre alle uscite sui media, agli inviti lanciati dagli influencer, alle azioni di marketing sui social media e a varie forme di pubblicità, per dirigere il potenziale pubblico verso i locali aderenti alla Prosecco Week, "sono stati pianificati appositi spot nei maxischermi" di Times Square a New York. Per "massimizzare il coinvolgimento dei consumatori statunitensi", il Consorzio ha in serbo anche tre date, sempre inserite nella programmazione delle National Prosecco Week, che si svolgeranno a Los Angeles, a Chicago e New York rispettivamente i prossimi 17, 19, 22 luglio. Verranno organizzate in collaborazione con la "Cru Luv Selections", agenzia di marchi creativi cui fa capo Jermaine Stone, che "proporrà un'esperienza immersiva, mixando l'eccellenza delle bollicine veneto-friulane con dell'ottima musica e accompagnando il tutto con l'intrigante narrazione di curiosità relative al Prosecco Doc".

Tra gli eventi clou riservati ai consumatori, quest'anno spunta anche un happy-hour organizzato il 18 luglio al TAO's Dream Downtown, che si aprirà con due seminari educativi rivolti a influencer e media condotti da Lidia Bastianich, seguiti poi da un ricevimento. Alla campagna, quest'anno parteciperanno i seguenti produttori di Prosecco DOC: Abbazia di San Gaudenzio, Albino Armani, Bottega, Botter, Cà Furlan, Cantine Riondo, Fantinel, La Gioiosa, La Marca, Mionetto, Paladin, Pitars, Ruggeri, Torresella, V8+, Val d'Oca, Valdo, Villa Sandi, Zardetto, Zonin.

Mi piace:

Caricamento...

Tags

Agrifood

Cronaca



Previous article

Concerto indimenticabile di Paolo Conte in Piazza San Marco a Venezia

Next article

Larry il gatto di Downing Street aspetta Biden sul tappeto rosso