

# Cantina su TikTok: «Per i giovani e il bere responsabile»

## LA NOVITA'

**PONTE DI PIAVE** Il mondo dei social e di TikTok in particolare è una realtà in continua evoluzione e può aprire scenari impensabili solo pochi mesi fa. Lo sanno bene alla cantina **Viticoltori Ponte**, 20 milioni di bottiglie vendute ogni anno in tutto il mondo. «L'apertura di questo nuovo canale è certamente un'incognita, ma a noi le sfide piacciono» spiega il direttore generale Luigi Vanzella. «Non è un'operazione commerciale, piuttosto un tentativo di condividere le basi della cultura enologica con un pubblico spesso non sufficientemente preparato». Ma c'è anche una particola-

re attenzione sociale: «L'obiettivo non è una spinta a bere di più, anzi il contrario. È un invito a bere meno ma in maniera più responsabile e consapevole, riuscendo così ad apprezzare fino in fondo una degustazione cogliendone ogni sfumatura».

Da qui l'attenzione ai social. «La frontiera di oggi si chiama TikTok, social network sempre più popolare e che in breve tempo è diventato il palcoscenico perfetto per interagire con le nuove generazioni. Permette ai propri utenti di realizzare brevi video che spaziano da un tema all'altro, con la possibilità di aggiungere filtri ed effetti». Perché TikTok? «È la App più scaricata da'inizio anno nel mondo, nel 2022 ha superato 3,5 miliardi di

download da quando è disponibile sul mercato. In questa piattaforma c'è un pubblico enorme al quale Viticoltori Ponte si presenta con l'account @pontel948, aperto da pochi giorni e già con buoni riscontri. I primi contenuti appartengono alla categoria "edutainment", neologismo tecnico che rappresenta quel settore dell'editoria multimediale il quale produce opere che permettono di apprendere divertendosi.

## CULTURA ENOLOGICA

«Si tratta di clip di circa 15 secondi durante i quali l'azienda stessa, attraverso il volto e la voce dei propri dipendenti, svela in maniera semplice e informale le basi della cultura enologi-

ca». Un progetto non statico ma in divenire, come impone il mondo social... «Il profilo sarà via via arricchito da sempre nuove pillole che offriranno molteplici curiosità e spunti legati al mondo del vino e ai suoi "segreti"». Ma non solo TikTok. «Questa piattaforma rappresenta per noi l'ennesimo traguardo, ma siamo già presenti su LinkedIn, Instagram, Facebook e YouTube». L'azienda è stata presente anche su un podio molto prestigioso. «Nel weekend del 2-4 settembre il nostro Prosecco Doc Ponte 1948 è stato utilizzato per le premiazioni del Gran Premio di San Marino e della Riviera di Rimini di MotoGp».

**Gianandrea Rorato**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**POPOLARE** La **Viticoltori Ponte** una tra le prime aziende vitivinicole a scommettere su TikTok per interagire con i giovanissimi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



099164