



Si è conclusa nei giorni scorsi la missione del Consorzio in Giappone. Il presidente Zanette: «Trend incoraggiante»

Il Prosecco Doc conquista il Sol Levante mercato in crescita del 36 per cento l'anno

L'EXPLOIT

Si è conclusa con successo, l'altro ieri, la missione in Giappone del Consorzio Prosecco Doc, alla conquista del Sol Levante. «Il mercato è promettente – assicura Stefano Zanette, il presidente -. Nel primo semestre dell'anno ha registrato una crescita del 35,8% sullo stesso periodo del 2021 e sta confermando un trend di consumi incoraggiante». Nel fine settimana si è tenuta la Prosecco Wine Week Japan, con svariate iniziative promozionali. Di particolare efficacia la campagna video, grazie alla messa in onda di filmati de-

dicati alle apprezzate bollicine veneto-friulane, proiettati già a partire dallo scorso 8 ottobre sui maxi schermi di Shibuya Crossing, cuore pulsante della capitale nipponica e uno dei luoghi più riconoscibili e frequentati di Tokyo, noto per essere apparso in innumerevoli riviste e film, dove non a caso è stata posizionata la statua del cane Hachiko, protagonista di una celeberrima pellicola con Richard Gere. Il Prosecco è stato protagonista di specifiche campagne a Tokyo, Sapporo e Kyoto. Ben 41 i ristoranti coinvolti. Non sono mancati i momenti di alta formazione organizzati dal Consorzio nel corso della missione, con Masterclass curate dal sommelier

Akira Mizuguchi, Ambasciatore Prosecco Doc e Direttore della Japan Sommelier Association, incentrate sul tema del Prosecco Doc Rosé, dal titolo "Drink Pink: The art of making Prosecco Doc Rosé", seguiti da Walk Around Tastings a Kyoto e Sapporo. Sabato scorso, a Tokyo, sono state le bollicine ad accompagnare il concerto dedicato a Pavarotti organizzato per 400 invitati. Domenica si è tenuto il party conclusivo al ristorante La Bettola dello Chef Ochiai, figura di spicco della cucina italiana in Giappone che ha scelto il Prosecco Doc per brindare al suo compleanno. «Le attività proseguiranno anche nel mese di novembre con Acci

Gusto, l'unica fiera interamente specializzata nel settore agro-alimentare italiano in Giappone che avrà luogo il 1° e 2° giorno del mese, sempre a Tokyo» assicura Zanette.

Hanno partecipato alla missione le cantine Bottega, Botter, Ca' Bolani, Ca' di Rajo, Cantina Pizzolato, Cielo e Terra, De Stefani, La Gioiosa, La Marca, Le Contesse, Le Rughe, Mionetto, Moletto, Perlino, Ruggeri, Tenuta Sant'Anna, Terre dei Buth, Torresella, Valdo, Villa Sandi, **Viticoltori Ponte**, Zonin. Il Consorzio Prosecco Doc sarà anche presente, coinvolgendo i vari brand aderenti all'iniziativa, in alcuni programmi radiofonici. —

FRANCESCO DAL MAS

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un evento dedicato al Prosecco Doc in Giappone: il mercato è in espansione

Funziona l'imponente
campagna
pubblicitaria su radio
e maxi-schermi

