

Born Sustainable: l'eccellenza enogastronomica europea punta sulla sostenibilità

scritto da Redazione Wine Meridian | 25 Settembre 2024



La campagna 'Born Sustainable' si propone di promuovere la sostenibilità e la qualità dei prodotti europei di eccellenza come il Barbera d'Asti, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore e il Roccaverano DOP. Il progetto coinvolge cinque Paesi europei, con azioni di promozione e informazione rivolte ai consumatori e agli operatori del settore. Attraverso workshop, degustazioni ed eventi, la campagna mira a sensibilizzare il pubblico verso un consumo più consapevole e responsabile.

Al via il programma di comunicazione triennale 'Born

Sustainable', che vede protagonisti tre pilastri dell'eccellenza enogastronomica europea: il **Barbera d'Asti** e i **Vini del Monferrato**, il **Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG** e il **Roccaverano DOP**. La campagna ha l'obiettivo di promuovere la **sostenibilità** in ogni aspetto della produzione e del consumo di questi prodotti di qualità, in cinque paesi: **Italia, Francia, Germania, Svezia e Danimarca**.

Leggi anche: [Barbera D'Asti Wine Festival: un trionfo di vino, cultura e territorio nel cuore del Monferrato](#)

Patrimoni della sostenibilità

La campagna '**Born Sustainable**' mira a promuovere ed evidenziare le pratiche sostenibili adottate dai partner, sensibilizzando i consumatori e gli operatori del settore sull'importanza della sostenibilità nella produzione di **vino** e **formaggio**. L'obiettivo principale è aumentare la visibilità e la riconoscibilità dei regimi di qualità come **DOCG** e **DOP**, promuovendo l'inserimento di prodotti che rispettano rigorosi standard di sostenibilità e contribuendo alla protezione ambientale, oltre che alla valorizzazione delle **tradizioni locali**. Si intende quindi incentivare il consumo responsabile, educando il pubblico a scelte di consumo consapevoli e sostenibili.

Un altro obiettivo centrale è la valorizzazione dei territori, facendo conoscere le peculiarità che rendono unici la **Barbera d'Asti DOCG**, i **Vini del Monferrato**, il **Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG** e il **Roccaverano DOP**. Ciò che accomuna i tre prodotti protagonisti è il loro legame con il territorio di appartenenza, **Patrimonio dell'Umanità Unesco**, che permette a queste eccellenze enogastronomiche di emergere come modelli di **sostenibilità ambientale, economica e sociale**.

La produzione di tali prodotti è infatti fortemente radicata nella tradizione e nella valorizzazione del territorio,

garantendo **autenticità** e una qualità senza eguali.

Leggi anche: [L'alchimia del Monferrato, tra vini di grande pregio e paesaggi riconosciuti unici al mondo](#)

Il programma delle attività

Il progetto prevede azioni mirate di **informazione e promozione**, rivolte a consumatori finali, opinion leader, stampa e operatori del settore, per accrescere la consapevolezza e l'apprezzamento dei prodotti europei di **alta qualità e sostenibilità**.

Numerose attività di comunicazione sono in programma per raggiungere questi obiettivi. Tra queste, si prevedono **viaggi studio** nei territori del **Monferrato** e delle colline di **Conegliano Valdobbiadene**, che offriranno l'opportunità di scoprire di persona le pratiche sostenibili e le tradizioni locali. Saranno inoltre organizzate partecipazioni ad **eventi**, per promuovere e far conoscere i prodotti a un pubblico più ampio. Tra questi sono previsti **workshop educativi, degustazioni**, ma anche altre attività come campagne pubblicitarie sui **media tradizionali e digitali**.

Ogni iniziativa sarà progettata per evidenziare l'aspetto della **sostenibilità**, che rappresenta il filo conduttore dell'intera campagna.

Questo sforzo integrato mira a consolidare la posizione dei produttori europei nei mercati competitivi e a garantire una crescita sostenibile nel consumo di prodotti agricoli di **eccellenza**.

Punti chiave:

1. **Protagonisti del progetto:** Barbera d'Asti, Conegliano

Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG, e Roccaverano DOP.

2. **Obiettivo principale:** Promuovere la sostenibilità in cinque Paesi europei attraverso una campagna triennale.
3. **Azioni di promozione:** Viaggi studio, workshop, degustazioni, campagne pubblicitarie sui media tradizionali e digitali.
4. **Valorizzazione del territorio:** Evidenziare il legame tra i prodotti e i territori Patrimonio dell'Umanità Unesco.
5. **Sostenibilità come tema centrale:** Sensibilizzare i consumatori verso un consumo responsabile e rispettoso dell'ambiente.