

USA: un dicembre a tutto Soave

scritto da Redazione Wine Meridian | 4 Dicembre 2015



Al via in questi giorni l'ultima azione promozionale del Soave dedicata al mercato americano, realizzata in collaborazione con la Regione Veneto. Quella in calendario chiude virtualmente il tour promozionale coordinato dal Consorzio di tutela per il 2015, in sinergia con l'agenzia Full Circle, che ha visto le aziende associate al Consorzio muoversi tra New York, Boston, San Francisco e Chicago. Il Consorzio si propone di proseguire quanto realizzato nelle precedenti campagne per la valorizzazione del Soave negli Stati Uniti, mercato che ha visto gradualmente crescere la presenza del bianco veronese nelle differenti tipologie.

Città di riferimento per le attività, programmate dal primo al quattro dicembre, saranno New York e Miami. Particolarmente significativa in tale direzione la partnership con la Risotteria Melotti: qui da metà novembre fino alla fine dell'anno il vino Soave oltre ad essere presente in carta vini e venire proposto dal personale, sarà protagonista di degustazioni mirate e di abbinamenti enogastronomici. Spazio anche alla suggestiva mostra fotografica Soave Style, dedicata alla zona di produzione a est di Verona.

Nel corso della campagna 2015, in collaborazione con Evan Goldstein, affermato sommelier americano e wine educator, sono stati realizzati veri e propri master, selettivi ed unicamente su invito, rivolti agli operatori di settore e alla stampa specializzata: un target molto mirato quindi ha potuto degustare il Soave nelle differenti interpretazioni e coglierne i valori che lo contraddistinguono nell'ambito del panorama enologico internazionale.

Va ricordato inoltre che la campagna promozionale si arricchita di una importante novità dedicata al retail: a Boston, da agosto e fino ad ottobre, sono stati coinvolti oltre 25 wine shop ed enoteche e in ciascuno di essi sono state organizzate degustazioni speciali e attività di promozione per i vini Soave con la presenza dei produttori.

“Da tempo siamo impegnati in azioni di promozione del Soave per quanto riguarda il mercato americano e sottolinea Arturo Stocchetti, presidente del Consorzio e possiamo affermare che grazie ad una mirata pianificazione delle attività, sulla base di precise analisi di mercato, oggi sono notevoli i progressi che il vino Soave ha raggiunto in termini di apprezzamento e di diffusione. Chiaramente è necessario proseguire con la strategia di comunicazione attraverso le campagne che curiamo per incrementare sia la conoscenza sia la richiesta delle nostre produzioni”.