Vento in poppa per il Lessini Durello oltre confine

scritto da Redazione Wine Meridian | 24 Marzo 2017



Vento in poppa per il Lessini Durello, lo spumante di Verona e Vicenza, che forte del crescente successo riconosciuto dai consumatori, sarà protagonista di due azioni promozionali oltre confine: in Giappone e negli Stati Uniti. Le campagne, coordinate dal Consorzio di Tutela, sono il frutto naturale di un percorso di promozionale e valorizzazione che, dopo Prowein, passerà per Vinitaly e proseguirà a Vinexpo.

In America il Durello sarà protagonista di una serie di seminari di approfondimento, dedicati ai vini di origine vulcanica, curati da John Szabo, autore del libro “Volcanic Wines”. Infatti dopo il successo del Lessini Durello al Volcanic Wine Trade Masterclasses in Los Angeles lo scorso

10 febbraio, Szabo torna a parlare delle “bollicine vulcaniche” a New York il 24 e il 26 marzo. Nel corso del seminario, dedicato a stampa ed operatori, Szabo analizzerà come nel caso del Lessini Durello il suolo di origine vulcanica lasci un’impronta determinate nel vino grazie ad esempio all’abbondanza di ferro e magnesio presenti nel terreno. A questo si aggiunge il fatto che la porosità dei terreni vulcanici contribuisce ad accumulare acqua e calore solare, che vengono poi rilasciati gradualmente, consentendo alla vite di proteggersi dagli sbalzi climatici.

Più articolato sarà invece il progetto in Giappone. Qui le attività si svilupperanno su un doppio binario: una missione promozionale dal 25 al 28 giugno a Tokyo, dedicata a importatori, operatori di settore e stampa specializzata; e una campagna per avvicinare i consumatori, coinvolgendo trattorie di tendenza e ristoranti di fascia medio/alta, nei mesi estivi.

In particolare, martedì 27 giugno, l’hotel Meguro Gajoen di Tokyo ospiterà un walk around tasting, in cui ogni azienda partecipante potrà proporre un assaggio di Lessini Durello in abbinamento ad alcuni piatti della tradizione giapponese; a seguire si svolgerà un seminario informativo per illustrare caratteristiche e peculiarità delle bollicine berico-scaligere.

Il giorno successivo, mercoledì 28 giugno, nella sede dell’ufficio ICE di Tokyo, le aziende non ancora presenti sul mercato giapponese avranno la possibilità di incontrare privatamente gli importatori interessati ad inserire il Lessini Durello nel proprio portfolio.

La campagna di avvicinamento dei consumatori invece prenderà il via il 1° luglio, quando in numerosi ristoranti di cucina italiana e in trattorie tipiche giapponesi sarà proposto il Lessini Durello “by the glass”, con iniziative pensate direttamente dai ristoratori. Gli esercizi che al termine

della campagna, il 16 di agosto, avranno venduto un numero maggiore di bottiglie di Lessini Durello riceveranno un riconoscimento da parte del Consorzio.

“Questa doppia missione promozionale è senza dubbio per il Lessini Durello un’occasione di forte crescita “sottolinea Alberto Marchisio, presidente del Consorzio del Lessini Durello “perché rappresenta il naturale risultato di un percorso di perfezionamento produttivo e qualitativo iniziato da anni e giunto oggi alla sua piena maturità. Dobbiamo lavorare ancora molto sul fronte della promozione ma ci sentiamo pronti per avere un nostro spazio tra bollicine dal mondo”.