

Brachetto d'Acqui e Acqui docg Rosé, un Natale tra degustazioni, web e bartender «lavorare tutti insieme per tornare grandi»

È un Natale particolare quello che si sta avvicinando per il Brachetto d'Acqui docg e l'Acqui docg Rosé, i due vini che nascono dalle uve brachetto. I segnali che arrivano dai mercati fanno ben sperare, ma si attende gennaio per tirare un po' di somme. Intanto il Consorzio Tutela Vini d'Acqui, ha avviato alcune iniziative che percorreranno tutto il periodo natalizio e di fine anno e, in parte, si protrarranno fino alla primavera 2022.

Ma andiamo con ordine.

In questi giorni sono in corso degustazioni di Brachetto d'Acqui docg, sia nella versione spumante sia in quella "tappo raso", in 34 punti vendita della *GDO*, in Piemonte, Lombardia e Lazio. Sono coinvolte quattro grandi catene di supermercati e per ogni punto vendita sono previsti due giorni di degustazione. Inoltre, per ogni confezione da due bottiglie acquistata saranno donati al cliente gadget griffati tra cui il famoso foulard che è al centro dello spot televisivo del Brachetto d'Acqui.

«L'idea è quella di diffondere il gusto del Brachetto d'Acqui in un periodo strategico per gli acquisti delle bollicine a destinare ai pranzi e alle cene di Natale e Fine Anno» spiegano dal Consorzio.

C'è poi l'accordo con *Tannico*, uno dei più importanti portali italiani del web che da anni vende online vini italiani e non solo. Sugli scaffali virtuali di Tannico, visitati ogni giorno da milioni di enonauti, sono stati posizionati, insieme a una scheda che racconta il territorio di produzione, Brachetto d'Acqui e, per la prima volta, anche l'Acqui docg Rosé, versione brut dello spumante a base di uve Brachetto.

Osservano dal Consorzio: «Il volano del web con la pandemia ha avuto un impulso importante. Brachetto d'Acqui e Acqui docg Rosé dovevano essere della partita».

E a proposito di web non poteva mancare la collaborazione con una pattuglia di blogger e influencer (una decina) specializzati in wine, food e lifestyle. A loro il Consorzio ha affidato la missione di scoprire e far scoprire tutti gli aspetti più cool e alla moda del Brachetto d'Acqui e dell'Acqui docg Rosé. Infine c'è la sinergia con una scuola milanese *Bartenderds Road* a cui è stato assegnato il compito di esplorare le combinazioni di Acqui docg Rosé e di Brachetto d'Acqui docg come elementi per cocktail e longdrink.

Infine il commento di Paolo Ricagno, presidente del Consorzio Vini d'Acqui: «I primi indicatori dell'anno ci danno segnali positivi. Qualcosa si sta muovendo a favore del Brachetto d'Acqui. Le azioni che abbiamo messo in campo vogliono proprio supportare queste tendenze. Siamo convinti e consapevoli tuttavia - aggiunge Paolo Ricagno - che bisogna fare di più e impegnarsi affinché la denominazione ritrovi immagine, volumi e valore, anche in campo agricolo, che merita. Noi faremo, come abbiamo sempre fatto, la nostra parte e certamente le aziende faranno altrettanto».

www.vinidacqui.it info@brachettodacqui.com