

## Prosecco Doc rafforza la propria presenza nel Regno Unito con un'importante campagna pubblicitaria

Photogallery: [https://drive.google.com/drive/folders/10sPL1zB0W3sr4Dxbk9zKu\\_K1nDnh-aLF?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/10sPL1zB0W3sr4Dxbk9zKu_K1nDnh-aLF?usp=sharing)

*Treviso, 7 ottobre 2026.* Il Consorzio Prosecco DOC sta rafforzando la propria presenza nel Regno Unito attraverso un investimento pubblicitario in programma fino a metà ottobre. La campagna comprende una presenza capillare nella metropolitana di Londra e una pianificazione nazionale di video digitali su Prime Video, confermando l'impegno della Denominazione nel raggiungere un vasto pubblico in uno dei suoi più importanti mercati internazionali e nel comunicare l'identità distintiva dell'autentico Prosecco DOC e del suo territorio di origine.

Nell'ambito della rete della London Underground, sono stati affissi manifesti in 61 stazioni, con la creatività della campagna "Discover the Prosecco Dreamland". L'iniziativa garantisce un'ampia visibilità in tutta la capitale, intercettando pendolari, residenti e visitatori lungo l'intera rete metropolitana londinese.

L'attività di affissione è stata affiancata da una campagna di video advertising digitale nella metropolitana di Londra, incentrata sul messaggio "Share the magic of Summer", che dà vita alla campagna attraverso immagini in movimento capaci di raccontare il carattere italiano, la convivialità e il senso della celebrazione che contraddistinguono il Prosecco DOC.

Oltre alla presenza nella metropolitana, il Consorzio sta trasmettendo a livello nazionale anche spot da 20 secondi su Prime Video, con una pianificazione rivolta in particolare ai consumatori interessati al mondo del vino.

La combinazione tra una forte visibilità out-of-home e una pubblicità mirata sulle piattaforme di streaming consente a Prosecco DOC di raggiungere i consumatori in contesti diversi, accompagnandoli sia durante i loro spostamenti a Londra sia nei momenti di fruizione di contenuti premium a casa.

L'investimento rientra nel programma continuativo di attività del Consorzio Prosecco DOC nel Regno Unito, a sostegno di una più ampia strategia che comprende pubblicità, coinvolgimento dei consumatori, iniziative trade, attività formative e comunicazione.

“Mantenere una presenza forte e visibile nel Regno Unito è estremamente importante per noi. Il Prosecco DOC gode già di un rapporto consolidato con i consumatori britannici e il nostro continuo investimento in pubblicità ci consente di rafforzare questa notorietà, comunicando al tempo stesso la qualità, l’origine e l’autenticità che contraddistinguono la Denominazione”, afferma Giancarlo Guidolin, Presidente del Consorzio Prosecco DOC.

La campagna sostiene inoltre il costante impegno del Consorzio Prosecco DOC nel promuovere la conoscenza e il riconoscimento dell’autentico Prosecco DOC da parte dei consumatori. Un vino che può essere prodotto esclusivamente all’interno di un’area geografica delimitata tra Veneto e Friuli Venezia Giulia, nel Nord-Est d’Italia, ed è tutelato da rigorosi disciplinari di produzione che ne garantiscono qualità, origine e autenticità.