

I PRIMATI DEL PROSECCO

Conorzio soddisfatto delle sponsorizzazioni

Il marketing aiuta: Doc da record

Nel 2013 raggiunti dal marchio 240 milioni di bottiglie

TREVISO - (zan) Il Prosecco Doc supera i 240 milioni di bottiglie nel corso del 2013 e già punta a quota 400 milioni. I dati dell'annata da poco conclusa confermano l'ascesa delle bollicine più celebri di Marca: la produzione è aumentata del 24% rispetto al 2012, ad oltre un milione ed 800mila ettolitri, pari, per la precisione, a 243 milioni e 255.483 bottiglie nei vari formati.

Rispettate le previsioni del Consorzio di tutela: il presidente Stefano Zanette attribuisce il successo a vari fattori: «Innanzitutto il serio impegno dei soci, la loro capacità di produrre qualità e la loro abilità nella penetrazione di nuovi mercati, esteri in special modo. Tali risultati si riconducono inoltre all'attività del Consorzio».

Zanette cita in particolare le iniziative volte a promuovere il vino trevigiano su scala internazionale, attraverso lo sport, dalla bar-

ca marchiata «Prosecco Doc» che ha preso parte alla famosa regata velica Barcolana di Trieste, alle sponsorizzazioni del mondiale Superbike o del Volley Conegliano, al mondo della cultura, come l'accordo con l'Ermitage di San Pietroburgo.

Nei prossimi anni, sottolineano dall'organismo, la crescita è destinata a proseguire: a quattro anni dall'istituzione del consor-

zio buona parte dei ventimila ettari di vigneti (16.500 in Veneto, 3.500 in Friuli Venezia Giulia) devono ancora raggiungere il massimo delle potenzialità produttive: quando lo faranno, tra poche stagioni, si stima una produzione intorno ai 400 milioni di bottiglie annue. «Ne siamo consapevoli - rimarca Zanette - e ci stiamo già adoperando per gestire una realtà di tali dimensioni».



INCONFONDIBILE Il Prosecco doc

LA META

Un potenziale
da 400 milioni

