

Vini d'Abruzzo "matrimonio" con Giappone e Stati Uniti

ENOLOGIA

PESCARA Ai due lati del globo per far conoscere, attraverso masterclass e attività promozionali, il Montepulciano d'Abruzzo, principe della regione verde d'Europa, ma anche Pecorino, Cerasuolo e Trebbiano. Punta sui mercati internazionali il Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo con un fitto programma di iniziative pensate per operatori e appassionati del settore in Giappone e negli Stati Uniti, mentre ripartono anche gli incoming sul territorio regionale. È iniziata, infatti, la campagna "European Sustainable Wines: Montepulciano d'Abruzzo by the glass", che nel mese di novembre coinvolgerà circa 150 ristoranti in tutto il Giappone. I locali con il maggior numero di **bottiglie aperte** vinceranno un viaggio in Abruzzo, per scoprire poi dal vivo le colline vitate e la straordinaria biodiversità della regione. «Queste attività vogliono sostenere lo slancio della ripresa dei consumi in Italia e all'estero, dove vi è un crescente interesse per i vini della nostra regione, con

30 liquor store (punti vendita dedicati); mentre il 25 novembre il Consorzio si sposterà a Taipei per incontrare gli operatori del settore. Inoltre tra dal 6 al 12 dicembre in 15 ristoranti selezionati, la città di New York verrà animata da aperitivi tematici, durante i quali i vini abruzzesi verranno abbinati a piatti tipici del territorio.

Francesca Piccioli

**ANCHE UN
CONCORSO
NEL SOL
LEVANTE:
SI VINCE
UN VIAGGIO
IN ITALIA**



il Montepulciano d'Abruzzo che fa sempre da capofila, in particolare in importanti mercati consolidati quali gli Stati Uniti e la Germania, piazze in cui ormai abbiamo una solida base di consumatori che si amplia sempre più, - sottolinea il presidente del Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo, Valentino Di Campli - ma, ci stanno dando grandi soddisfazioni anche i mercati del Nord Europa e l'Asia, dove quest'anno abbiamo investito molto per andare a raccontare i nostri vini agli operatori e ai wine lovers con incontri prima virtuali e poi in presenza». Spazio alle attività di promozione, dunque, anche in Canada e Stati Uniti con degustazioni ed appuntamenti dedicati a Montreal, Chicago e Toronto e un'attività di promozione in