

VINO: MONTEPULCIANO D'ABRUZZO CONOSCIUTO DA NOVE ITALIANI SU DIECI

29 Ottobre 2012

CHIETI – Il Montepulciano d'Abruzzo è molto noto tra gli italiani: nove su dieci dichiarano di conoscerlo, tre su dieci affermano di berlo spesso e quasi quattro su dieci dicono di degustarlo almeno raramente per un complessivo 72 per cento di bevitori.

È uno dei risultati che emergono dalla ricerca "Vini di qualità abruzzesi: percezioni e mercato" realizzata da Renato Mannheimer presentata oggi a Chieti presso il teatro Marrucino in occasione della illustrazione delle strategie di comunicazione e della nuova immagine per la valorizzazione dei vini di qualità della Regione Abruzzo, una campagna curata da Pomilio Blumm per la quale è stato scelto lo slogan "Montepulciano, piacere d'Abruzzo".

Una campagna che punta molto sul web, oltre sui tradizionali mezzi quali radio e televisione, e che vuol raggiungere i mercati del Nord Europa.

Dalla ricerca, condotta su un campione di 438 persone tramite sistema Cawi, emerge inoltre che il Montepulciano d'Abruzzo è bevuto assiduamente soprattutto nel Centro Sud e nelle isole e dai 45-54enni che verosimilmente hanno maturato più competenze nella scelta dei vini e dispongono di maggiori possibilità di spesa.

Gli italiani che conoscono meglio il Montepulciano d'Abruzzo premiano in particolare la sua versatilità (91 per cento), la sua capacità di evocare il territorio di produzione, l'unicità del gusto (88 per cento), la sua reperibilità (83 per cento) e la capacità di rappresentare l'eccellenza dei rossi italiani.

Piace anche il visual proposto: le caratteristiche che più incontrano il favore del pubblico si riferiscono alla capacità di attirare alla lettura del contenuto della bottiglia (81 per cento) e all'opinione che sia un'immagine suggestiva rispetto alle tendenze di comunicazione sui vini (79 per cento), che si adatta bene a un grande rosso (79 per cento) e che evoca il valore di un prodotto di qualità (79 per cento).

Gli italiani intervistati preferiscono l'attuale campagna per promuovere il Montepulciano d'Abruzzo: il nuovo visual appare infatti preferita da 6 italiani su 10 e tale quota aumenta fra i bevitori più affezionati.

L'appuntamento di oggi a Chieti, al quale ha preso parte l'assessore regionale alle Politiche agricole Mauro Febbo, è stato promosso dal Consorzio Tutela Vini d'Abruzzo e dai Consorzi Colline Teramane e Tullum e è stato moderato da Tinto e Fede della trasmissione *Decanter* in onda su *Radio Due*.

"Questa manifestazione – ha detto Tonino Verna, presidente del Consorzio di tutela dei vini d'Abruzzo – è l'inizio di un percorso che si concluderà da qui a 18 mesi e che ha per obiettivo di far presentare sul mondo del mercato globale del vino l'Abruzzo unito, con un unico linguaggio: cioè il Montepulciano ha il suo valore e deve essere posizionato sul mercato per quello che rappresenta, per l'ecceellenza che è e per il suo valore intrinseco".

"Nel corso di questi mesi attraverso questa iniziativa dobbiamo raggiungere i consumatori e tutta la filiera della commercializzazione del vino", ha concluso.