

## **Hello Grappa! Il primo anno di attività del progetto di promozione del distillato di bandiera negli USA**

Grazie ai fondi del Regolamento europeo 1144/2014 per la promozione dei prodotti agricoli, il progetto di promozione **Hello Grappa** ha potuto contare su un investimento di circa 1 milione di euro su base triennale. Il budget a disposizione ha permesso la realizzazione di una serie di eventi per far conoscere il prestigioso distillato italiano ad Indicazione Geografica protetta al mercato ed ai consumatori americani.

Il progetto ha preso il via con **l'evento lancio** a New York: **due seminari** accompagnati dalla degustazione dell'IG Grappa. La manifestazione si è svolta in due sessioni condotte da Scott Rosenbaum, esperto di "spirits" dell'International Wine Center, che ha raccontato ad una platea attenta le tante sfaccettature della Grappa, legandole al territorio e alla storia dei grandi marchi italiani della distillazione. I seminari hanno suscitato grande interesse tra addetti ai lavori, appassionati di distillati e semplici enogastronauti.

L'attività di promozione e informazione ha visto poi il coinvolgimento di più di 30 ristoranti a New York con la realizzazione di iniziative come le **Restaurant weeks** e i **Lifestyle week-ends**. I ristoranti coinvolti nell'iniziativa hanno guidato i propri clienti in un percorso di scoperta dell'IG Grappa attraverso brochure informative, proposte di ricette e materiali informativi realizzati ad hoc per accompagnare la degustazione della Grappa. L'iniziativa ha visto il coinvolgimento di un gruppo selezionato di ristoranti metropolitani, come Il Gattopardo, Ribalta, Azalea, Barbetta, e molti altri.

Una importante ulteriore attività realizzata nell'ambito del progetto è stata *l'incoming degli operatori*: numerosi giornalisti americani esperti del settore sono stati coinvolti in un tour itinerante presso le distillerie, che li ha portati a testare con mano la tradizione dell'arte distillatoria e le peculiarità del territorio italiano in cui sono presenti le distillerie, facendo nascere in loro un genuino interesse per la nostra acquavite di bandiera.

Nel progetto di promozione e informazione Hello Grappa hanno avuto un ruolo determinate le attività di comunicazione realizzate attraverso i social media e il sito internet creato ad hoc **www.hellograppa.com**.

Sono state inoltre effettuate attività di *storytelling* online, sia sul prodotto/territori che sulle singole aziende, indirizzate ad aumentare l'attenzione degli utenti dei social networks.

Con specifiche attività, quali quella di *listening* la nostra Associazione ha potuto verificare l'interesse suscitato dalle varie iniziative, e monitorare le tendenze, le conversazioni, gli hashtag e i target di riferimento coinvolti nelle attività in questo primo anno.

Sono stati rilevati risultati del tutto positivi, con una crescita esponenziale delle conversazioni USA online sul tema 'Grappa' durante e dopo le singole manifestazioni. Una tendenza che ci fa ben sperare per il futuro, laddove si consideri il potere di internet di diffondere interessi e tendenze in maniera esponenziale.