

## **E' in corso una nuova missione della Camera di Commercio a Tokyo Presentato il Carmignano, un "illustre sconosciuto"**

"Volete assaggiare un vino toscano poco conosciuto ma dalla grande storia e dal sapore inconfondibile?": esordiva così l'invito rivolto dalla Camera di Commercio di Prato agli importatori e ai sommelier giapponesi che hanno preso parte alla presentazione dei vini pratesi che si è svolta in due giornate, ieri e oggi, a Tokyo. La giornata di ieri era dedicata ad importatori e titolari di enoteche; sono stati un centinaio ad aderire all'iniziativa organizzata all'interno di un prestigioso ristorante della capitale, riscuotendo un successo superiore alle aspettative, probabilmente anche incuriositi dall'invito.

Guidati dal sommelier Realmo Cavalieri, i partecipanti all'iniziativa hanno potuto assaggiare 23 etichette in degustazione di Carmignano, Barco Reale, Pinot nero e vin santo. Per solleticare la loro curiosità, era stato proposto un abbinamento con il tartufo, per i giapponesi sinonimo di eleganza e di raffinatezza. "In genere sono abituati ad assaporare questo prodotto accompagnato da vini bianchi e quindi per loro è stata una sorpresa gradita l'abbinamento con il rosso", commenta Simone Cesari, funzionario della Camera di Commercio di Prato. "Come sempre il pubblico resta sempre colpito anche dalla storia del Carmignano, che esercita un grande fascino".

Oggi invece sono stati venti cuochi dei più prestigiosi ristoranti della capitale i protagonisti della giornata, che hanno potuto degustare i vini di Prato con una serie di accostamenti originali, per esaltarne il sapore.

"Il mercato è alla continua ricerca di prodotti e esperienze particolari; – commenta Carlo Longo, presidente della Camera di Commercio di Prato – per questo i vini del nostro territorio riescono ad attirare l'attenzione di così tanti esperti del settore. La promozione, se fatta con cura, può aiutare i produttori ad ampliare il proprio raggio di azione, portando con sé il nome di Prato e facendolo conoscere nel mondo".

Una considerazione condivisa anche da Enrico Pierazzuoli, presidente del Consorzio Vini di Carmignano "Queste iniziative, soprattutto quando sono organizzate bene, riescono sempre a creare interesse e a stimolare nuovi contatti – commenta – I risultati degli sforzi fatti con la promozione si vedono e le iniziative mirate su un pubblico selezionato di esperti sono quelle che danno i risultati migliori. Il mercato giapponese sta iniziando ad interessarsi al nostro territorio e questa iniziativa sarà sicuramente uno stimolo ulteriore".

n.57 del 08/11/07