Correttograppa vince il contest di Grapperie aperte 2017

written by Rivista di Agraria.org | 14 ottobre 2017

La foto vincitrice del contest "Grappa&Frutta, tentazione perfetta", indetto dall'Istituto Nazionale Grappa per la quattordicesima edizione di Grapperie Aperte che si è svolta domenica 1 ottobre in 17 distillerie di sei regioni italiane – ovvero Valle d'Aosta, Lombardia, Alto Adige, Veneto, Emilia Romagna e Toscana – ha un nome e ben quattro volti: tra tutte quelle pervenute, ad ottenere la miglior valutazione dalla giuria è stata quella postata dall'account di **"**Correttograppa", in cui sono ritratti quattro giovani intenti a farsi un selfie mentre degustano il distillato di bandiera.

La giuria di qualità, formata dal Presidente dell'Istituto Nazionale Grappa Elvio Bonollo, dal professionista specializzato in fotografia TimeLapse Mattia Bicchi e dalla giornalista enogastronomica Mariella Morosi, ha inteso premiare con tale scelta il messaggio che l'immagine incarna ovvero genuinità, freschezza e la crescente tendenza delle nuove generazioni ad avvicinarsi alla degustazione di grappa, sposando di fatto uno dei principali obiettivi promozionali e comunicativi dell'Istituto.

"Abbiamo voluto lanciare un messaggio ben preciso scegliendo tale immagine come vincitrice del contest di quest'anno – ha precisato Elvio Bonollo – *perché il tema dell'avvicinamento delle giovani generazioni al distillato di bandiera non è semplice da comunicare: quattro ragazzi che ci mettono la faccia per trasmettere un concetto rilevante come l'importanza di un consumo informato e consapevole rappresentano uno strumento decisamente efficace per arrivare ai soggetti che ci prefiggiamo di raggiungere".*

Il team che gestisce l'account sui vari social di Correttograppa è formato da quattro studenti universitari della Ca' Foscari di Venezia – Jessica Labriola, Leonardo Bonso, Beatrice Della Rosa ed Eleonora Cereser – che hanno dato lo stesso nome ad un ambizioso progetto da loro elaborato, avente lo scopo di far conoscere l'antica storia che si cela dietro al prodotto Grappa per poterla riproporre in modo originale e innovativo al grande pubblico.

"Il nostro obiettivo – hanno spiegato – *è sostenere soprattutto i produttori che si pongono la sfida di avvicinarsi ai giovani consumatori, e non solo, attraverso il social media marketing, suggerendo loro modi innovativi per approcciare i social networks, creare una presenza online e conquistare nuovi segmenti di mercato. In detto progetto, particolare attenzione viene posta nel sensibilizzare i consumatori in relazione allo speciale legame che unisce il concetto di "made in Italy" al nome grappa".*

Il team di Correttograppa.

Fonte: Istituto Nazionale Grappa.
13/10/2017