Prosecco DOC与Grana Padano将在德国、波兰和丹麦开展为期三年的欧盟推广活动

该计划将通过品鉴会、行业活动和学校培训，在三个重要出口市场推广原产地保护标识。

2026年10月6日星期二



Prosecco DOC联盟与Grana Padano PDO联盟联合启动一项欧洲推广活动，旨在提高公众对欧盟地理标志体系的认知，并扩大这两个品牌在德国、波兰和丹麦的市场影响力。

这项名为“Here’s to EU - Perfect Moment”的计划将持续三年，至2029年4月结束。该计划由欧

盟依据第1144/2014号条例共同资助，并由代表意大利两大知名食品与葡萄酒产品的两个联盟共同实施。

此次活动将面向消费者和行业专业人士举办一系列活动。主办方表示，活动旨在阐释Prosecco DOC和Grana Padano PDO的真实性、认证品质及地域特色，同时推广保护这两种产品的欧盟质量标识。

此次推广正值两种产品继续保持强劲表现之际。根据项目发布的数据，Prosecco仍是意大利葡萄酒出口的主要引擎，2025年销量达6.67亿瓶，预计消费者价值超过36亿欧元。Prosecco产量中超过82%用于出口。Grana Padano在2025年的产量超过600万块奶酪，较上年增长7.43%，预计消费者价值为46亿欧元。其出口占比为60%。

该计划的核心内容之一是培训未来的酒店餐饮从业人员。2026年和2027年，两个联盟计划在德国、波兰和丹麦的烹饪学校及酒店管理院校举办培训课程。培训日将结合课堂教学与实践活动，向学生介绍两种产品的制作方式、餐酒搭配，以及PDO和DOC等欧洲认证的运作机制。

两个联盟表示，教育推广不仅旨在加深人们对这两种产品本身的了解，也希望增进对欧盟更广泛体系的认识。该体系将特定食品和葡萄酒与其原产地及生产规范相联系。如今，这一体系已成为欧洲生产商在国际市场维护品牌、与仿冒品区分开来的重要手段。

Prosecco DOC联盟主席Giancarlo Guidolin表示，与Grana Padano重启合作，是该产区的一项战略举措。他说，“Perfect Moment”这一概念旨在向三个目标国家的消费者和专业人士展示意大利认证产区名称的价值，同时推广产品的多样用途及其所代表的社交饮食习惯。

Grana Padano联盟主席Renato Zaghini表示，携手合作让两大意大利产品能够共同讲述一个围绕品质、真实性和共享欢聚的故事。这种联合推广形式也为两个行业在相关市场提供了更广阔的平台。这些市场对优质欧洲食品和葡萄酒的兴趣日益增长，但仍有必要进一步加强品牌认知。

此次活动还将邀请多家与Prosecco DOC体系相关的葡萄酒企业参与，在选定市场推广各自品牌。项目列出的企业包括Collis Heritage、Masottina、Serena Wines 1881、Val d’Oca、Villa Sandi、Viticoltori Ponte和Montelvini。

德国、波兰和丹麦被选为重点市场，原因是这些国家对葡萄酒和乳制品进口都具有重要意义，而且两个联盟认为消费者认知度仍有提升空间。主办方计划面向零售和餐饮服务渠道开展活动，并根据专业人士和公众的不同需求设计相应内容。

通过在同一项活动中搭配起泡酒和硬质奶酪，两个联盟也试图推广超越单一产品的意大利饮食文化形象。这种形式旨在呈现完整的消费场景，而非只推介某一种产品。随着生产商争夺餐厅、专卖店和高端超市货架空间，这种做法在国际营销中日益普遍。

该项目反映了欧洲农食产品推广的一种更广泛趋势：各联盟携手利用欧盟资金促进出口增长，并阐释受保护名称背后的规则。对意大利生产商而言，随着国际需求增长，以及多个海外市场仍存在仿冒产品竞争，这种做法变得愈发重要。

对Prosecco DOC而言，此次活动提供了又一个巩固市场地位的渠道。目前，该名称所涵盖的产品已是全球产量最大的起泡酒之一。对Grana Padano来说，这项计划则有助于提高其在相关市场的知名度；在这些市场，意大利硬质奶酪正与本地及进口替代产品直接竞争。两种产品的推广都将聚焦认证产地、

可追溯性，以及产品品质与生产地域之间的联系。

首批活动预计将包括面向酒店餐饮专业学生和从业人员的交流会、品鉴会及教育活动。随着计划在三个国家逐步展开，后续还将推出面向更广泛消费者的推广活动。