vinetur

Prosecco DOC s’associe à la Barcolana 58 pour élargir sa stratégie de marketing sportif

Après avoir vendu 667 millions de bouteilles en 2025, le consortium mise sur la régate de Trieste pour renforcer une marque liée aux exportations.

mardi 6 octobre 2026



Les producteurs italiens de vins effervescents accordent une place croissante au marketing sportif et lifestyle. Prosecco DOC appliquera cette stratégie à l'un des événements nautiques les plus réputés de l'Adriatique en participant à la Barcolana 58, à Trieste, le 11 octobre.

Cette initiative intervient alors que le Prosecco reste l'un des principaux moteurs de l'activité viticole italienne. Selon les chiffres cités par le Consorzio Prosecco DOC, 667 millions de bouteilles ont été vendues en 2025, pour une valeur estimée à plus de 3,6 milliards d'euros auprès des consommateurs. Le consortium indique que les exportations représentent plus de 82 % des ventes, ce qui souligne la forte dépendance de l'appellation à la demande étrangère.

En Italie, les organisations professionnelles associent depuis longtemps cette croissance à la progression générale de la consommation de vins effervescents. Les producteurs affirment que les vins effervescents italiens ne sont plus réservés aux fêtes et aux grandes occasions, mais se dégustent désormais en toute saison et avec différents types de repas, de la cuisine traditionnelle aux accords plus contemporains. Ils estiment également que les styles plus légers et plus frais séduisent les jeunes consommateurs, même si cette tendance varie selon les marchés.

Pour Prosecco DOC, l'objectif immédiat est aussi d'élargir la manière dont la marque se présente. Le consortium a renforcé sa visibilité grâce à des partenariats sportifs, notamment ceux liés aux Jeux olympiques d'hiver de Milan-Cortina 2026, au MotoGP, au tournoi de tennis Internazionali BNL d'Italia et à Imoco Volley Conegliano, l'une des meilleures équipes féminines de volley-ball d'Italie. La voile occupe une place centrale dans cette stratégie. Le consortium soutient à nouveau le voilier de course de 90 pieds Shockwave3 en tant que sponsor Gold et partenaire officiel pour les vins effervescents.

Organisée chaque année dans le golfe de Trieste, la Barcolana offre un cadre très visible à cette démarche. En nombre de participants, la régate compte parmi les plus grands événements nautiques du monde et est devenue un rendez-vous public majeur pour la ville et la région. Pour les acteurs du vin, elle permet de toucher non seulement le public de la voile, mais aussi les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie, ainsi que les réseaux d'affaires.

Le Consorzio Prosecco DOC a déclaré que son engagement dans le sport ne visait pas uniquement à accroître la visibilité de la marque, mais aussi à tisser des liens et à créer des expériences autour de l'appellation. Dans cette démarche, Shockwave3 est devenu bien plus qu'un voilier de course. Le consortium décrit le yacht comme une plateforme dédiée aux événements, aux rencontres et à l'hospitalité, en lien avec l'identité du nord-est de l'Italie. Il a utilisé le slogan « Connecting People » pour décrire ce rôle, présentant le bateau comme un lieu de rencontre pour les entreprises, les invités et les institutions, autour de la course et du vin.

Cette stratégie s'est notamment traduite par des événements mêlant voile, gastronomie et hospitalité. « Maxi On Cooking Star » en est un exemple : des chefs y participent à des régates avant de prendre part à des concours de cuisine. Ce concept illustre une tendance plus large du marketing viticole, où les producteurs cherchent à associer leurs marques à des expériences, plutôt que de s'appuyer uniquement sur la promotion commerciale traditionnelle.

Le partenariat dans la voile a également produit des résultats sportifs que le consortium met en avant dans sa communication. En 2026, Shockwave3 a remporté la victoire en temps réel lors de la 40e régate internationale Brindisi-Corfu et établi un nouveau record absolu de l'épreuve. Le yacht a parcouru les 104 milles nautiques du parcours en 6 heures, 23 minutes et 57 secondes, améliorant un record qui tenait depuis 21 ans. Il a également fait ses débuts à l'Aegean 600, une course au large de 605 milles nautiques autour de la mer Égée, dont le départ et l'arrivée se trouvent au cap Sounion, en Grèce. Là aussi, Shockwave3 a remporté la victoire en temps réel, avec 2 minutes et 9 secondes d'avance sur Aiolos après une course serrée.

La manifestation de Trieste accueillera également un autre projet associant voile et culture viticole locale. À l'occasion de la Barcolana 58, un partenariat sera lancé entre New Zealand Endeavour, l'Associazione Viticoltori del Carso et GAL Carso-Las Kras. Les organisateurs ont indiqué qu'il prévoyait notamment une grand-voile portant l'inscription « Mare e Vitovska in Morje » et des dégustations à bord consacrées à la Vitovska, cépage blanc étroitement associé au Karst, autour de Trieste.

Cette initiative rattache la régate à une histoire plus locale que celle de la notoriété mondiale du Prosecco. Le Karst, ou Carso, s’étend dans la région frontalière autour de Trieste. Il est connu pour ses vents violents, ses sols calcaires et sa tradition viticole singulière. Pour les viticulteurs de la région, la Barcolana est l’occasion de faire découvrir cette identité à un public international déjà réuni autour de l’événement.

New Zealand Endeavour apporte sa propre histoire au projet. Ce maxi-yacht de 26 mètres a été conçu par Bruce Farr et a mené Grant Dalton à la victoire lors de la Whitbread Round the World Race 1993-94, aujourd’hui connue sous le nom de The Ocean Race. Au cours de cette campagne, le bateau a parcouru plus de 32 000 milles et est devenu l’un des maxi-yachts les plus célèbres de son époque.

Après plusieurs années d’inactivité, le yacht a été restauré dans le cadre d’un projet visant à préserver un pan de l’histoire de la course au large. Selon les organisateurs, Trieste et son golfe lui servent désormais de port d’attache, tandis que la bora et le paysage du Karst créent un nouveau lien entre le bateau et la région. Dans le cadre du partenariat avec la Barcolana, le bateau transportera également des vins de la région sur les eaux où il régate.

La présence conjointe de Prosecco DOC et des producteurs de vin du Karst à la Barcolana reflète deux stratégies différentes mais liées dans le secteur viticole italien. L’une repose sur les volumes, la force des exportations et les parrainages internationaux. L’autre s’appuie sur l’identité locale et la mise en récit du territoire. Toutes deux font de la voile une vitrine à Trieste, où le sport, le tourisme et la gastronomie se rencontrent devant un vaste public international.