



D. O. CARIÑENA

La campaña 'Sorpresas en el restaurante' logra un 10% más de participantes

El balance inicial de la tercera campaña 'Sorpresas en el restaurante', organizada por la D.O. Cariñena con la colaboración de Horeca Zaragoza, es muy satisfactorio. Aunque todavía se encuentra en el ecuador, sus organizadores destacan que este año el consumo del Vino de las Piedras –la marca con la que se conocen todos los vinos de Cariñena– en los restaurantes que participan ha aumentado un 10 %, por lo que esperan cerrar la promoción con un balance de más de 1.200 botellas. El consejero de Desarrollo Rural y Sostenibilidad del Gobierno de Aragón, Joaquín Olona, conoció de primera mano el pasado jueves la campaña, en una comida con los responsables de la D. O. –el presidente Ignacio Casamitjana; el secretario general, Claudio Herrero, y el director de Comunicación, José Luis Campos– en el Novodabo, uno de los 10 que participan.



Olona y Casamitjana (centro), con responsables de la D. O. HERALDO