



autore dell'articolo: Cianca Fabrizio - Ma.Ve.Co-Consulting

(Consulente, Progettista e Docente di Programmi Formativi Area Marketing, Vendita e Comunicazione. Socio AIF Associazione Italiana Formatori. Membro della Segreteria della Presidenza della Università Popolare "Sabina Fretum" e Consigliere per il settore Marketing.)

## **Quali Valori e Benefici enfatizzare e come comunicarli in un messaggio promozionale per promuovere i prodotti enogastronomici tipici e tradizionali**

### ***"Headline", "Claim", "Pay off", "Concept Idea"***

I mezzi promozionali che saranno ideati dovranno veicolare un forte legame tra il "prodotto tipico" e il territorio di origine, in quanto si ritiene che la valorizzazione dei prodotti è imprescindibile dal territorio di produzione. In un certo senso, si crea un connubio tra prodotto e "l'ambiente" dove esso viene prodotto, dove per "ambiente" si intende la enfattizzazione delle caratteristiche Culturali, Artistiche, Storiche, e microclimatiche della zona geografica di riferimento.

Il contenuto culturale, sociale, storico del territorio conferisce al prodotto una dimensione che va ben oltre l'aspetto puramente alimentare. Prodotti che evocano la cultura e la storia dei luoghi.

Le strategie di Marketing di Prodotto e Marketing Territoriale si intersecano, per sviluppare e offrire non solo un prodotto nutrizionale ma un prodotto che trasporta con se l'alta qualità delle materie prime della zona, le tradizioni delle lavorazioni, i gusti e i sapori tipici di quel territorio, garanzia di qualità, affidabilità, tipicità e differenziazione. (vantaggi competitivi)

Quindi arricchire i prodotti di valori simbolici (ambiente, il paesaggio, la cultura, le tradizioni, la storia) in quanto il prodotto tipico e tradizionale è patrimonio di un territorio.

Si ricorda che la promozione dei prodotti agro-alimentari tradizionali, sono di fondamentale importanza anche per lo sviluppo e la valorizzazione e promozione del territorio, in termini economici e turistici.

Da parte dei consumatori, quel che allietta all'acquisto dei **prodotti tipici** sono sia comunicazioni accattivanti, sugli stimoli visivi, sia la comunicazione centrate sui valori come la bontà, la qualità, la garanzia, la genuinità l'originalità della produzione locale, la specialità delle varie prelibatezze regionali e anche la curiosità di assaggiare qualcosa di originale, gustoso e tradizionale. I mezzi promozionali dovranno rafforzare l'immagine e l'identità locale.

Volendo riassumere, dovranno essere enfatizzati i seguenti valori:

- gusto e sapori
- qualità: genuinità, bontà, nutrizione
- aspetto gratificante
- garanzie : certificazioni
- ampia varietà dell'offerta
- benessere, salute, qualità della vita (dieta mediterranea)
- originalità del prodotto
- importanza storico-culturale del territorio

Sarà inoltre importante comunicare al consumatore come apprezzare il prodotto al meglio, quale usi farne, e come impiegarlo correttamente.

In particolare il messaggio deve veicolare il concetto del *"piacere del cibo"*, una *"alimentazione sana con prodotti gustosi fatti con materie prime di alta qualità e provenienti da un territorio incantevole"*

*Es. di slogan: ...prodotti genuini, saporiti, fonte di gioia per il palato e di piacere per la mente"*

*Es. enjoy your life, enjoy an Italian Food Experience (lett. Goditi la vita, goditi una esperienza con i cibi italiani)*

Strategie di Differenziazione e una buona conoscenza delle motivazioni di acquisto e consumo del Segmento del consumatore scelto (Target), orienterà con migliore precisione la comunicazione.

### **Immagine all'estero**

Anche verso i mercati esteri, si dovrà comunicare il forte legame tra prodotto, territorio e *"l'immagine italia"*.

*L'immagine Italia (Made in Italy, Italian Style)*, è un concetto ampio che evoca la qualità dei prodotti eno-gastronomici, la bontà e la tradizione della cucina italiana, la dieta mediterranea, i gusti e i sapori tipicamente ed esclusivamente italiani: una efficace miscela che deve emergere in ogni comunicazione e promozione dei prodotti eno-gastronomici