

Strategie ed attività promozionali per il marchio AQUA

Nicolò Tudorov

Servizio promozione, statistica agraria e marketing

Sono passati tre anni da quando la Giunta regionale ha adottato il regolamento d'uso per il marchio collettivo "Agricoltura Qualità Ambiente (AQUA)". Da allora il marchio ne ha fatta di strada.

L'ERSA ha redatto ed approvato sei disciplinari tecnici di produzione, per asparago bianco, latte crudo vaccino e derivati, carne suina, mela, trota iridea e salmerino, e patata, mentre un settimo disciplinare, per le vongole veraci filippine e cozze, è al vaglio della Commissione Europea. Accanto all'attività di gestione del marchio, l'Agenzia, attraverso il Servizio promozione, statistica agraria e marketing, ha sviluppato una strategia promozionale articolata.

Il primo obiettivo di questa strategia è far conoscere il marchio al pubblico dei consumatori e degli addetti al lavoro. Il secondo obiettivo, non meno importante, è favorire la collaborazione tra le aziende concessionarie. Infatti, grazie alla presenza di produttori di vari settori dell'agroalimentare, il marchio AQUA si presta ad un "gioco di squadra" tra i concessionari che, promuovendolo singolarmente, promuovono l'intero paniere di prodotti, creando un effetto moltiplicatore che coinvolge in partnership i privati e l'attore pubblico.

Per le attività realizzate, e limitandoci ai primi cinque mesi del 2015, basti ricordare la partecipazione alle fiere Agriest (Udine), Cucinare (Pordenone) e Tuttofood (Milano).

Ad Agriest (gennaio) gli allievi dei quattro istituti statali alberghieri della regione¹ si sono sfidati ai

fornelli nel concorso di cucina *Aqua in bocca*. Il concorso prevedeva la preparazione di piatti ideati dagli allievi utilizzando prodotti a marchio AQUA.

Durante Cucinare (febbraio), l'ERSA ha organizzato *Oggi cucino io...*: i visitatori della fiera si sono cimentati ai fornelli, in un'area di show-cooking, preparando piatti a base di ingredienti certificati AQUA, assistiti dagli studenti degli istituti alberghieri che, oltre alla collaborazione nella realizzazione delle ricette, hanno illustrato le tecniche base di cucina.

Ad entrambe le manifestazioni erano presenti le aziende concessionarie AQUA, che hanno quindi avuto la possibilità di presentare direttamente al pubblico i propri prodotti.

Infine Tuttofood (maggio). A cadenza biennale, è la più importante fiera agroalimentare B2B (*business to business* - commercio interaziendale) in Italia. L'ERSA ha partecipato con uno stand collettivo nel quale erano presenti le aziende concessionarie, che hanno presentato i prodotti a marchio AQUA agli addetti ai lavori.

E, da giugno, parte AQUA on tour, una serie di eventi, coordinati ed in collaborazione con le aziende concessionarie, per far conoscere il marchio AQUA. Così, il 13 giugno, AQUA viene presentato a Trieste, il 20 giugno a Pordenone, e il 19 luglio a Grado. Inoltre, dal 3 al 6 luglio, durante la settimana del Friuli Venezia Giulia ad Expo 2015, AQUA ed i suoi concessionari saranno presenti all'*Italian Makers Village* di via Tortona a Milano, un'opportunità eccezionale per presentare questa eccellenza regionale al pubblico dell'EXPO. Infine, tra giugno e novembre, il marchio AQUA viene presentato al pubblico dei consumatori in alcuni dei maggiori centri commerciali della regione.

¹ Isis "Francesco Flora" di Pordenone, "Jacopo Linussio" di Tolmezzo, "Sandro Pertini" di Grado e "Bonaldo Stringher" di Udine.