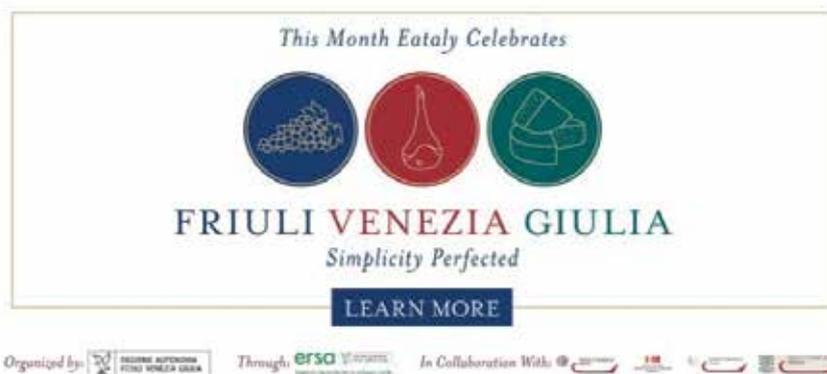


Scopri il Friuli Venezia Giulia a New York e Chicago

Nei prestigiosi empori "Eataly Stores", situati nel cuore pulsante delle due metropoli, l'intero mese di Maggio 2016 è stato dedicato alle eccellenze vitivinicole e alimentari della nostra regione, con una ricchissima serie di eventi promozionali e gastronomici.

Sandro Gentilini

Servizio promozione, statistica agraria e marketing



Il simpatico logo grafico e l'evocativo motto "Simplicity Perfected" (Semplicità Perfezionata) del Mese dedicato a celebrare le eccellenze enogastronomiche del Friuli Venezia Giulia presso gli empori Eataly di New York e Chicago.

Il motto, in particolare, coglie l'anima delle specialità gastronomiche regionali: nate nella semplicità del mondo rurale, ma perfezionate nel tempo fino a raggiungere l'eccellenza.

La Regione Friuli Venezia Giulia, tramite ERSa e con la collaborazione delle Camere di Commercio della regione e di diversi Consorzi, ha organizzato presso i grandi empori "Eataly" di ambedue le città una grande esposizione e una serie di eventi enogastronomici promozionali di altissimo livello, con la partecipazione di 58 aziende produttrici regionali.

La promozione agroalimentare per essere veramente efficace deve essere organizzata e gestita nel migliore dei modi, altrimenti i risultati rimangono evanescenti, se non addirittura

controproducenti, per cui grande cura va posta nella progettazione e gestione delle manifestazioni e degli eventi volti a promuovere a livello nazionale ed internazionale le eccellenze agroalimentari.

Uno dei più riusciti esempi di attività promozionale delle eccellenze vitivinicole e alimentari, nonché delle tante anime della gastronomia della nostra regione è stata la grande e complessa rassegna enogastronomica statunitense dedicata al Friuli Venezia Giulia, svoltasi in contemporanea, durante tutto il mese di Maggio 2016, a New York e a Chicago, presso i grandi e rinomati empori "Eataly" di tali città, il primo situato nella famosissima "5th Avenue", di fronte al Madison Square Park, all'incrocio con la 23ª Strada, il secondo in Ohio Street, centralissima laterale di "Michigan Avenue", asse commerciale e turistico della metropoli del Midwest statunitense.

La grande manifestazione, organizzata dalla Regione Friuli Venezia Giulia tramite l'ERSA, con la collaborazione di Eataly, delle Camere di Commercio Regionali, di diversi Consorzi DOC, del Consorzio Prosciutto di San Daniele, del Consorzio di Tutela del Formaggio Montasio e con la partecipazione attiva di 58 aziende del settore agroalimentare regionale, con l'illustrazione e l'offerta delle proprie specialità, ha riscosso un grande successo in ambedue le metropoli americane.

A titolo informativo si evidenzia che Eataly opera individuando i produttori di eccellenza e le



migliori materie prime disponibili sul territorio nei diversi comparti del settore enogastronomico, rivolgendosi direttamente ai clienti privati attraverso la creazione di un rapporto diretto fra il produttore e il consumatore finale. L'emporio di New York, con una superficie di circa 7000 m² e visitato da più di 100.000 persone a settimana, è divenuto il punto di riferimento del cibo italiano per gli Stati Uniti d'America ed è considerata la vetrina più autorevole dei prodotti italiani nel cuo-

re della Grande Mela, mentre Eataly Chicago, con 8000 m² di superficie e 50.000 visitatori a settimana, è diventato il punto di riferimento del cibo italiano nel Midwest degli Stati Uniti.

Dei tanti eventi promozionali di alto livello realizzati durante il lungo periodo espositivo presso gli empori Eataly di New York e Chicago è stato redatto un dettagliato resoconto, del quale si riportano qui di seguito i contenuti salienti.

Eataly New York ha ospitato nei suoi spazi la promozione dedicata ai prodotti del Friuli Venezia Giulia dal 2 Maggio al 5 Giugno 2016 e nell'arco di tale periodo sono state attuate le iniziative di seguito riassunte.

- Il giorno 16 Maggio Eataly ha ospitato l'evento di presentazione dell'iniziativa promozionale alla presenza della stampa specializzata e con la partecipazione del Presidente della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, Debora Serracchiani e dell'Assessore regionale alle risorse agricole e forestali, Cristiano Shaurli.
- La scuola di cucina di Eataly, "La Scuola", ha ospitato quattro classi di partecipanti in cinque giornate a tema specifico: 5 Maggio (I vini del Friuli Venezia Giulia), 9 Maggio (Lunedì senza carne in Friuli Venezia Giulia), 21 Maggio (Un pranzo di 4 portate per la celebrazione del cibo e dei vini del Friuli Venezia Giulia), 25 Maggio (Trovando la cura: una lezione sulle carni curate italiane), 26 Maggio (Tutto sull'Amaro). Ogni classe ha valorizzato prodotti e vini oggetto della promozione con menu specifici e degustazioni.
- L'intero menu del ristorante "Pranzo" è stato dedicato a piatti e vini del territorio regionale per tutta la durata della promozione.
- "Le Eccellenze", l'angolo promozionale di Eataly, è stato adibito alla promozione dei prodotti del Friuli Venezia Giulia ed ha ospitato quattro degustazioni gratuite per il pubblico nei giorni 5, 12, 19 e 20 Maggio.
- L'enoteca di Eataly "Vino" ha ospitato quattro degustazioni gratuite dei vini oggetto della promozione nei giorni 6, 13, 20 e 27 Maggio.
- L'area *retail* è stata personalizzata con adeguata cartellonistica e *callouts* (grandi fumetti pubblicitari) relativi ai vari prodotti.
- Diverse vetrine posizionate lungo la 23^a Strada e sulla 5th Avenue sono state dedicate alla promozione della Regione Friuli Venezia

Nelle due immagini si possono osservare la vetrina dedicata alle produzioni enologiche del Friuli Venezia Giulia e l'insegna di "La Scuola grande" di cucina, con i manifesti dedicati al "Ristorante Friulano", attivo con specifici eventi durante la grande esposizione enogastronomica statunitense.

Il Presidente della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, Debora Serracchiani, l'Assessore regionale alle Risorse agricole e forestali, Cristiano Shaurli, il Direttore dello Store Eataly di New York, Dino Borri, assistiti dal traduttore ufficiale Marco Praderio, durante l'evento inaugurale del 16 maggio 2016, durante il quale è stata presentata la grande iniziativa promozionale dei prodotti enogastronomici regionali.



Giulia e dei suoi prodotti agroalimentari di eccellenza.

- I menu dei vari ristoranti all'interno di Eataly hanno proposto un piatto della tradizione regionale in abbinamento ad un vino regionale per tutta la durata della rassegna promozionale.

Anche Eataly Chicago ha ospitato la grande rassegna promozionale nel periodo dal 2 Maggio al 5 Giugno 2016 e pure in questa sede sono state attuate numerose iniziative enogastronomiche promozionali di alto livello, come di seguito riassunto.

- Il giorno 9 Maggio Eataly ha ospitato, nell'ambito della scuola di cucina "La Scuola", una classe di partecipanti specificatamente dedicata al tema del "Frico", in occasione della presenza nell'emporio dell'Assessore regionale alle risorse agricole e forestali Cristiano Shaurli, evento al quale è stato invitato il Vice Console italiano a Chicago.
- Il giorno 20 maggio Eataly ha ospitato un evento di presentazione dell'iniziativa promozionale con Camera di Commercio, Confindustria, Consolato.
- La scuola di cucina di Eataly, "La Scuola", ha ospitato dieci classi di partecipanti per le seguenti giornate a tema specifico: 6 Maggio (Conoscere la preparazione degli gnocchi), 9 Maggio (Dimostrazione lampo: i ravioli "pera & mascarpone" di Lidia), 10 Maggio (Degustazione enologica guidata: Pinot Grigio, presso il ristorante "Baffo"), 11 Maggio

(Dimostrazione lampo *La Scuola*: focus sul formaggio Montasio e sul Frico di patate di Lidia), 12 Maggio (Dimostrazione lampo *La Scuola*: ravioli di patate con ripieno di salsiccia e spinaci di Lidia), 16 Maggio (Degustazione guidata *La Scuola*: Grappa & Gubana), 20 Maggio (Degustazione guidata *La Scuola*: formaggio Montasio e prosciutto di San Daniele – Un pranzo di quattro portate per la celebrazione del cibo e del vino del Friuli Venezia Giulia), 25 Maggio (Trovando la cura: una lezione sulle carni curate italiane), 26 Maggio (Tutto sull'Amaro). Ogni classe ha valorizzato prodotti e vini oggetto della promozione con menu specifici e degustazioni.

- L'ingresso del negozio è stato adibito alla promozione dei prodotti del Friuli Venezia Giulia.
- Eataly Chicago ha ospitato degustazioni gratuite dei vini e degli altri prodotti agroalimentari oggetto della promozione nei giorni 7, 15, 22, 29 Maggio, nonché un evento denominato "Summer Sippers", con 1200 clienti, mirante alla promozione dei vini estivi, nel quale erano presenti vini e cibi del Friuli Venezia Giulia.
- L'area *retail* è stata personalizzata con adeguata cartellonistica e *callouts* relativi ai vari prodotti.
- Diverse vetrine posizionate lungo la Michigan Avenue sono state dedicate alla promozione della Regione Friuli Venezia Giulia e dei suoi

prodotti agroalimentari di eccellenza.

- I menu dei vari ristoranti all'interno di Eataly hanno proposto un piatto della tradizione regionale in abbinamento ad un vino regionale per tutta la durata della rassegna promozionale.

Durante tutto il periodo della manifestazione sono stati esposti e venduti i prodotti delle 58 aziende regionali che hanno aderito all'iniziativa promozionale.

Il Presidente della Regione, Debora Serracchiani, ha partecipato all'evento inaugurale della grande manifestazione, tenutosi presso l'emporio Eataly di New York il giorno 16 Maggio, presentando l'iniziativa ed evidenziando le grandi opportunità offerte dalla penetrazione dei settori più evoluti ed esigenti del ricco mercato statunitense con produzioni di altissima qualità e strettamente legati al contesto territoriale e culturale d'origine.

L'Assessore regionale alle risorse agricole e forestali, Cristiano Shaurli, che ha partecipato all'inaugurazione e a diversi incontri promozionali di New York e Chicago, ha sottolineato come si comincino a vedere i risultati concreti dell'iniziativa su uno dei mercati con il maggior trend di crescita, essendo gli Stati Uniti il terzo mercato di riferimento per l'export del Friuli Venezia Giulia, con percentuali di crescita annuale a due cifre.

L'obiettivo di queste azioni consiste nell'accompagnare sempre più imprese nella sfida dell'export, aiutandole anche nei passaggi burocratici per quello che ormai è divenuto un irrinunciabile



impegno di crescita e consolidamento per le aziende stesse e per l'economia regionale. Anche per Dario Ermacora di Coldiretti FVG l'obiettivo di questo progetto è stato centrato, con i laboratori del gusto affollati oltre ogni revisione. L'intento è quello di penetrare efficacemente un mercato nel quale, come evidenziano diversi indicatori e le stesse comunità di corregionali residenti negli Stati Uniti, le produzioni del Friuli Venezia Giulia e in particolare la loro immagine di qualità, riescono a conquistare interesse e ammirazione.

Le emozioni trasmesse dai prodotti d'eccellenza, collegate alla sensazione di bellezza e di ricchezza culturale del territorio dove essi vengono ottenuti, possono fare la differenza nelle scelte dei consumatori attenti ed evoluti.

Uno scorcio degli spazi di esposizione e vendita dei prodotti regionali selezionati nell'emporio Eataly di Chicago, dove si possono notare i grandi poster personalizzati, presenti durante tutto il mese dedicato alle produzioni enologiche e alimentari di alta qualità ed alle eccellenti preparazioni gastronomiche tipiche del Friuli Venezia Giulia.