Copia di bd2ed6afe4a37ac6a5c37e3ecbee0d6b

AGROALIMENTARE

Originum, il marketing che valorizza le eccellenze

Olbia, presentata la campagna promozionale studiata da Regione e Cipnes
Quattro filiere in evidenza: agnello, carciofo spinoso, olio d'oliva e zafferano

di Dario Budroni

OLBIA

Chi parte in vacanza cerca le bellezze della natura ma anche le prelibatezze da mettere sotto i denti. Il turismo delle esperienze enogastronomiche ormai ha quasi la stessa importanza del turismo dei luoghi. Ma in Sardegna le cose ancora non vanno per il verso giusto, visto che l'80 per cento del prodotto immesso sul mercato non è regionale. Consapevoli di questo fatto, l'assessorato regionale all'Agricoltura, l'agenzia Laore e il Cipnes Gallura hanno appena messo a punto "Originum", una campagna di marketing territoriale che come obiettivo ha proprio quello di promuovere la distribuzione delle filiere delle eccellenze *made in Sardegna* e insieme a loro l'intera destinazione. Sono quattro le filiere al centro della campagna: agnello sardo Igp, carciofo spinoso di Sardegna Dop, olio extravergine di oliva di Sardegna Dop e zafferano di Sardegna Dop. Di tutto questo se ne parlerà in un incontro in programma il 13 settembre a Porto Cervo Marina negli spazi di Insula, la piattaforma di marketing territoriale del Cipnes.

L'olio extravergine d'oliva è tra i protagonisti della campagna pubblicitaria

Sardegna da promuovere. Regione, Laore e Cipnes hanno stretto un'alleanza con le quattro filiere protagoniste di "Originum". Una campagna che nasce con lo scopo di raccontare le produzioni sarde e, in particolare, promuovere il consumo delle produzioni di qualità certificate nelle strutture ricettive dell'isola. «Il progetto si focalizza sulle filiere identitarie storiche – spiega Massimo Masia, project manager di Insula –. Ormai c'è una migrazione dei flussi dal turismo dei luoghi a quello delle esperienze. In realtà, però, in Sardegna vengono distribuiti prodotti in gran parte non regionali. Quindi l'obiettivo è creare una congiunzione tra domanda e offerta». Sulla stessa linea Luigi Cau e Gianni Ibba, che hanno rappresentato l'agenzia Laore e l'assessorato regionale all'Agricoltura, Pier Paolo Fiori, per il consorzio zafferano di Sardegna, Roberto Luciano, per i consorzi del carciofo spinoso e dell'olio extravergine, e Alessandro Mazzette, direttore del Consorzio agnello sardo Igp.

Incontro a Porto Cervo. Il progetto «Originum», dopo la presentazione alla stampa, sarà ufficialmente lanciato venerdì 13 settembre a Porto Cervo Marina, negli spazi sia interni che esterni della piattaforma Insula. Dalle 19 alle 20 si terrà la tavola rotonda, moderata da Augusto Ditel, che girerà attorno a tre temi: le filiere produttive di qualità certificata, i mercati potenziali e le strategie di sviluppo, lo sviluppo di un programma di marketing territoriale. Parteciperanno gli assessori regionali all'Agricoltura e al Turismo, Gabriella Murgia e Gianni Chessa, i rappresentanti dei quattro consorzi, il presidente di Federalberghi Paolo Manca e Massimo Masia, direttore della divisione agrifood del Cipnes. La serata proseguirà poi con uno show cooking elaborato con le produzioni delle quattro filiere e con l'evento «Sardegna tra moda e tradizione».

CONFARTIGIANATO

Export, cibo e bevande trainano l'isola

Le piccole imprese di food and drink fanno crescere l'export (+7% nel primo semestre) e gli occupati (+13% in cinque anni). In Sardegna sono 10.544 gli addetti del settore alimentare. Otto lavoratori su 10, l'85,8%, pari a 9.043, sono impiegati nelle micro e piccole imprese (meno di 49 dipendenti). Nel solo comparto artigiano operano 5.733 lavoratori, il 54,4% di tutta la forza lavoro del settore. Sono alcuni risultati del rapporto nazionale dell'Ufficio Studi di Confartigianato. Tra i migliori clienti ci sono il Giappone, gli Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Paesi Bassi, Francia. «Il comparto cresce, si evolve - afferma Antonio Matzutzi, presidente di Confartigianato Imprese Sardegna - e risponde alle esigenze di una clientela che ha modificato e affinato gusti e stili alimentari». Confartigianato ricorda l'immenso "giacimento" della food economy, prodotti tradizionali caratterizzati da metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidate nel tempo. Le eccellenze del food sardo, garantite dai marchi Dop e Igp, sono otto. All'Agnello di Sardegna, al Carciofo spinoso di Sardegna, al Fiore Sardo, al Pecorino Romano e quello Sardo, all'Olio Extra Vergine di Sardegna e allo Zafferano di Sardegna si sono aggiunti i Culurgionis d'Ogliastra, che pongono l'isola al 16esimo posto tra le regioni italiane che, insieme, annoverano ben 299 prodotti agroalimentari di qualità. In Sardegna sono stati censiti ben 206 prodotti agroalimentari tradizionali.