

**Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento**

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

**COMUNICATO n. 2024 del 27/09/2016**

**Da ottobre a novembre spot tv e radio, affissioni, uscite stampa**

## **L'identità del territorio nei suoi prodotti a marchio**

**Presentata la nuova campagna di comunicazione per incentivare tra i residenti ed i turisti il consumo dei prodotti identificati dal Marchio Qualità Trentino. Obiettivo delle azioni diffondere un'alimentazione più sana e consapevole basata su prodotti certificati, veri e propri "ambasciatori" del territorio e dei suoi valori, e sostenere il settore agroalimentare legato alla montagna. L'assessore Michele Dallapiccola: «Ai consumatori diciamo: cercatelo; ai produttori: usatelo»**

Il Marchio Qualità Trentino è nato per dare immediata riconoscibilità alle eccellenze della filiera agroalimentare provinciale garantendone l'origine, la corrispondenza ad elevati standard di qualità sulla base di criteri oggettivi e selettivi, oltre alla totale tracciabilità. Ad oggi sono 13 i produttori che lo possono utilizzare, perché rispettano i requisiti qualitativi e i relativi disciplinari richiesti dall'Unione Europea.

Non tutti, però, hanno colto l'importanza di consumare prodotti sani e genuini come quelli garantiti dal Marchio Qualità Trentino, peraltro apprezzati e ben conosciuti anche fuori dalla nostra provincia, a loro volta espressione di valori come l'identità, l'attaccamento al territorio, la sostenibilità, immediatamente associati all'immagine del Trentino e alla base della decisione di tante persone di visitare la nostra terra. Da qui l'idea di una campagna di comunicazione mirata che da ottobre a novembre, con strumenti e supporti diversi, coinvolgerà i principali media locali, ma anche la piccola e grande distribuzione.

«Attraverso questa campagna - ha spiegato l'assessore provinciale Michele Dallapiccola - vogliamo rispondere ad una richiesta degli operatori e ad un mercato che, seppur condizionato dalla ricerca del prezzo più basso, vorrebbe sorridere a chi ricerca genuinità, prodotti certificati e sostenibili. Un'azione su più livelli per aiutare i produttori a vendere, i consumatori a mangiare meglio e insieme sostenere l'economia locale, grazie ad un racconto del Trentino che passa attraverso questi prodotti diventando motivo di soddisfazione per i nostri ospiti, i primi promotori del nostro territorio.»

Durante l'incontro l'assessore Dallapiccola ha comunicato la ricostituzione dell'Ufficio per la promozione dell'agroalimentare trentino, che dovrà intrecciare valorizzazione dei prodotti e marketing turistico e affiancare un'area di lavoro in Trentino Marketing.

«Questa campagna - ha spiegato Giuseppe Bax responsabile per la PAT della struttura - è solo una fase di un progetto più articolato che prevede di ampliare il paniere dei prodotti (carni fresche, birre artigianali, pane) e il numero dei produttori e, anche attraverso un loro coinvolgimento diretto grazie ad un apposito tavolo di lavoro, sviluppare azioni rivolte ai residenti e ai turisti, alla distribuzione locale e nazionale, ma anche all'export, oltre a monitorare il valore del marchio.»

Nel merito l'assessore Dallapiccola ha precisato che «se il pay off della campagna per il consumatore è "cercami", quello per i produttori deve essere "usami", perché più aziende crederanno nel marchio più avrà valore e forza.»

Alla conferenza sono intervenute alcune realtà produttive che oggi si fregiano del Marchio. Per Alessandro Dalpiaz - direttore di APOT - «siamo di fronte ad una bella sinergia tra la valenza dei marchi aziendali e il territorio. Quando si riesce a mettere in campo progetti simili che aiutano i produttori a restare dove hanno le loro radici siamo in linea con il primo obiettivo della politica della Ue.»

Diego Coller - direttore di ASTRO - ha evidenziato che «anche i prodotti sono territorio, dobbiamo venderli al meglio e sposando le due cose saremo vincenti.»

Maurizio Rossini, CEO di Trentino Marketing, è poi entrato nel merito dell'iniziativa di comunicazione che coprirà il periodo tra ottobre e novembre

«Questa campagna - ha spiegato Rossini - nasce con l'obiettivo di rendere il Marchio Qualità Trentino più confidente ad un pubblico allargato di consumatori, residenti e turisti, motivandoli ad incentivare la ricerca e l'acquisto dei prodotti a marchio QT. Si rivolge ai trentini in particolare, in una dinamica virtuosa di appartenenza e di sostegno tangibile al nostro settore agroalimentare e alle numerose eccellenze che nascono in piccole realtà produttive.»

Alla base della campagna un messaggio che intende marcare il valore aggiunto di questi prodotti e un soggetto, i bambini, scelto proprio per associare alla salute e al benessere delle persone più care l'adozione di una corretta e sana alimentazione che non può non passare attraverso l'acquisto consapevole di prodotti certificati. In sostanza questo: la qualità è un obiettivo a cui tendere sempre, tutti, e quindi va perseguita da chi produce e ricercata da chi acquista. Ecco dunque gli slogan "cercami" proposto dalla campagna ADV e "Scegli bene mangia meglio" per quella video e radio.

Gli strumenti individuati, tengono conto di un panel molto ampio e diversificato di pubblico. Sono stati previsti una campagna sui quotidiani locali con 42 uscite stampa e 3\* speciali, 1262 spot TV da 15" e 3600 spot radiofonici da 20", 228 affissioni su tutto il territorio provinciale, oltre ad una presenza nei principali punti vendita, dagli Ipermercati ai Supermercati.

In questi esercizi saranno presenti materiali dedicati, in grado di attirare l'attenzione del consumatore ai temi della campagna, oltre ad evidenziare la presenza sugli scaffali dei prodotti a Marchio QT. Un investimento complessivo di circa 170 mila euro.

()