



Marketing vincente sposare in Toscana eccellenze alimentari ed eventi sportivi

DALLA FERRERO alla Saizva, passando per la Danone le grandi multinazionali del food hanno da tempo capito che associare i propri prodotti allo sport è cosa buona e giusta. Buona perché il ritorno di immagine che ne deriva è senza dubbio degno di nota, giusta in quanto porre l'accento sull'attività sportiva significa porre l'accento su uno stile di vita sano e salutare. Organizzare strategie di co-marketing tra prodotti agroalimentari e grandi eventi sportivi è sicuramente un modo per promuovere al meglio un brand. In questi anni tante spedizioni, tanti eventi sono stati organizzati all'estero per far conoscere il Made in Italy, ma non sempre i risultati sono stati quelli auspicati. Alla fine infatti molte di queste iniziative si sono tradotte in una bella cena in ambasciata o poco più.

In questo fine settimana un grande evento sportivo abbraccia non solo Siena ma tutta la Toscana con le Final Four di basket a Barcellona dove appunto sarà presen-

te la squadra senese Mens Sana Mps. La Catalogna, regione ospitante, ha spiegato in massa il suo potenziale per promuovere i prodotti della Spagna. Per "contrastare" anche sul piano gastronomico gli spagnoli la Toscana ha messo in campo le sue migliori dop; Pecorino Toscano, Prosciutto Toscano e Cinta Senese. Queste infatti saranno le tre eccellenze del vasto paniere agroalimentare regionale che faranno bella mostra del nostro patrimonio gastronomico e soprattutto intratterranno le migliaia di visitatori e giornalisti presenti nei tre giorni dell'evento. Un'occasione quindi unica per dare un risalto internazionale non solo alle squadre, ai giocatori, ma anche alle nostre produzioni che sono sempre più alla ricerca di spazi di mercato all'estero. La Toscana sportiva insieme alla Toscana agroalimentare: un binomio che rafforza l'immagine della nostra regione a costo zero. In una parola: co-marketing!

mauro@maurorosati.it

