

STAND E DEGUSTAZIONI

E le mele di Valle Igp si mangiano con gusto negli iper lombardi

— PONTE IN VALTELLINA —

IL GUSTO della Mela di Valtellina Igp ha fatto centro nel percorso promozionale, lungo 24 giornate, che ha visto il gustoso frutto protagonista negli stand, animati da degustazioni guidate con accattivanti ricette, allestiti in 12 centri commerciali della Lombardia, sotto le insegne Coop, Iper, Auchan ed Esselunga.

L'iniziativa, che si è da poco conclusa, è stata promossa dal Distretto agroalimentare di qualità della Valtellina in collaborazione con il Consorzio di tutela mele di Valtellina ha avuto un grande successo.

«I consumatori hanno riconosciuto e apprezzato le mele della Valtellina durante le numerose degustazioni» commenta con soddisfazione il presidente del Consorzio di tutela mele di Valtellina, Gian Luigi Quagelli.

«L'elevata qualità del prodotto - sottolinea il numero uno del Consorzio di tutela mele di Valtellina - è merito del territorio montano e dei è merito di frutticoltori, che con pazienza curano la crescita delle mele durante tutto l'anno diventando così manutentori del territorio»

Il 55% dei consumatori lombardi che ha provato il prodotto era over 50, con un 30% di giovani tra i 20 e i 40 anni e un 15% di famiglie.

Dei quattro appuntamenti organizzati in Lombardia, supportati da hostess adeguatamente formate, il picco di presenze è stato registrato nei momenti di

lunch e happy hour con il 30% dei visitatori, seguiti dalla merenda (25%) e dal risveglio (15%).

Grande successo per il ricettario «Mela di Valtellina» che è andato letteralmente a ruba esaurendo le scorte ogni weekend, come del resto è successo per il succo di mela al 100%.

I centri commerciali inclusi nel progetto erano dislocati tra

QUAGELLI

«I consumatori hanno veramente apprezzato molto il nostro prodotto»

Bergamo, Milano, Pavia, Lodi e Varese, esclusivamente in punti vendita dove il consumatore poteva acquistare le mele della Valtellina dopo averle apprezzate all'ingresso.

«Pensavo che mele così gustose venissero solo dal Trentino» ha dichiarato la maggioranza dei visitatori dello stand, appena dopo aver mangiato le mele di Valtellina.

IL PROGETTO è stato realizzato operativamente da Open2 di Milano, una società di consulenza per le strategie di marketing e comunicazione, esperta nella creazione e realizzazione di format promozionali.

L'iniziativa è stata supportata da messaggi pubblicitari diffusi nello stesso periodo sui network di Telelombardia e EspansioneTV e da interviste e partecipazioni a trasmissioni sempre su scala regionale.

Camilla Martina



SUCCESSO Gli stand con le hostess sono stati allestiti nei principali centri commerciali della Lombardia

