



## Convegno valorizzazione eccellenze agroalimentari

***Si è svolto a Sabaudia il convegno su come valorizzare le eccellenze agroalimentari del Lazio tra marketing territoriale e innovazione digitale***

Come valorizzare i prodotti tipici enogastronomici del Lazio attraverso lo strumento del digitale e con azioni mirate di marketing territoriale. Questo in sintesi il tema affrontato ieri, mercoledì 29 dicembre, a Sabaudia nel convegno dal titolo fortemente simbolico



“La promozione delle eccellenze agroalimentari del Lazio, tra marketing territoriale e innovazione digitale”, organizzato dalla You Marketing e promosso dall’Arsial e patrocinato dal Comune di Sabaudia, che ha avuto come destinatari i produttori agricoli e i professionisti del marketing digitale.



I saluti del sindaco Giada Gervasi, nonché gli excursus trattati dal delegato ai grandi eventi Gianluca Bonetti, dall'assessore alle attività produttive Emanuela Palmisani e dal presidente della commissione attività produttive Luca Danesin, che hanno puntato sul lancio turistico di un microcosmo unico come Sabaudia partendo non solo dalla promozione del patrimonio ambientale e storico ma anche scommettendo su quel turismo enogastronomico che è e sarà nell'immediato futuro un punto di forza del territorio pontino.

Infatti, il quadro di questo comparto è paradossalmente estremamente positivo, perché nell'emergenza sanitaria gli italiani hanno (ri)scoperto il turismo di prossimità, preferendo ai lunghi spostamenti la villeggiatura nelle città d'arte e negli agriturismi prediligendo il food di qualità. I dati, del resto, parlano chiaro: si è passati dal 59% al 71% di presenze negli agriturismi, un turismo tagliato per famiglie e coppie, di cultura media ma che alla fine abbraccia ogni target anagrafico. È stato tratteggiato l'identikit del turista enogastronomico, un turista che si sente molto coinvolto: ama fare fotografie dei piatti assaggiati in vacanza, tant'è che condivide più frequentemente le sue esperienze di viaggio sui social network, partecipa maggiormente alle esperienze di social eating, ovviamente spende di più per cibo e bevande, a conferma di una maggiore propensione alla spesa rispetto al turista generalista.

Per quanto riguarda le fonti di informazioni utilizzate nel corso della vacanza, il turista enogastronomico spesso si affida ai consigli del web: i social network e i blog rappresentano un preziosissimo canale che consente rapidamente di leggere e comparare le opinioni degli utenti di farsi un'opinione più completa. E infatti gli strumenti digitali come i siti web e i social network sono fondamentali nella promozione dei prodotti tipici laziali, con piattaforme on line profilate atte alla diffusione; non solo, azioni, iniziative, fiere sono quegli strumenti di marketing territoriale che generano engagement, cioè coinvolgimento dell'utente o consumatore, chiamato alla conoscenza di quei prodotti tipici avvenuta attraverso la frequentazione di un dato territorio, vivendolo insieme alle bellezze naturali, artistiche e storiche.

La scommessa di Sabaudia è di non farsi trovare impreparata alle grandi sfide che la attendono nell'anno 2022, anche perché gli sforzi dell'amministrazione comunale sono tutti orientati a ottenere su alcuni prodotti tipici il De.Co., quei prodotti cioè che presentano determinate proprietà fisiche oltre che caratteristiche organolettiche proprie di un territorio che senza il conferimento della denominazione sarebbero probabilmente rimasti nell'anonimato. L'Italia resta il Paese che vanta il maggior numero di produzioni agroalimentari e vinicole a Indicazione Geografica (DOP, IGP, STG) a livello europeo: 820 prodotti IG, per l'esattezza 294 prodotti IG Food e 526 Wine. Non è un caso che nel corso del tempo siano nati quei sentieri per appassionati chiamate Strade del vino (nel Lazio ve ne sono 10), che valorizzano un turismo rurale e agricolo, ampiamente diffusi grazie all'utilizzo



dei siti web e dei social network.

In tal senso Sabaudia guarda al futuro e punta decisa a una fiera campionaria all'aperto, Sabaudia Street Expo, che si svolgerà dal 25 aprile al 1° maggio nelle diverse piazze e aree libere della città tanto da diventare un evento diffuso, un format concepito con l'obiettivo di creare un grande appuntamento annuale b2b e b2c, in cui possano convergere e incontrarsi le migliori realtà produttive ortofrutticole, agricole e rurali territoriali, laziali e nazionali. Un'autentica fiera del Tirreno, che si incastra nella città razionalista e ne valorizza i suoi spazi, esaltando i prodotti tipici della terra.