

Valorizzare il prodotto enogastronomico

Il caso «LuccaBiodinamica»



Amelia De Francesco



Mi presento: Amelia De Francesco

Napoletana di nascita (e di appetito), ma toscana di adozione, dopo una laurea in Critica Letteraria, per alcuni anni mi districò nel mondo del lavoro in maniera allegra e creativa.

Grande appassionata di cibo e vino, in ogni momento libero giro per mangiare, bere e conoscere e, contemporaneamente, mi formo, seguendo corsi e master nel campo della comunicazione digitale e del marketing del vino, curando eventi nazionali per aziende del settore vinicolo.

Nel 2013 l'apertura di un piccolo blog, Loveat-Italy, dedicato a prodotti e produttori.

Nel 2015 approdo alla redazione di Cook_inc., rivista di gastronomia internazionale, dove curo l'editing, il commerciale e le attività di marketing.

Come libera professionista mi occupo di comunicazione (tradizionale e digitale), organizzazione eventi e PR per il settore enogastronomico.

Continuo ad aggirarmi con lo stesso sorriso ed entusiasmo dove si mangia e si beve bene, convinta che non ci sia amore più sincero di quello per il cibo e il vino.



Scaletta dell'intervento

- Valorizzazione di un territorio attraverso le sue eccellenze enogastronomiche
- Come e perché comunicare l'enogastronomia territoriale
- Il territorio di Lucca, la Toscana meno nota
- Il caso di LuccaBiodinamica: come un fattore unificante può diventare trainante
- Come nasce, le aziende che la costituiscono
- Il manifesto di LB
- Dalla comunicazione all'organizzazione di un evento enogastronomico
- Evento del 2013
- Evento del 2015
- Prospettive future: la rete d'impresa

Comunicare l'enogastronomia

Viviamo bombardati da informazioni e dati. Le nuove tecnologie ci immergono letteralmente in un mondo di dati virtuali (si vedano per esempio i dispositivi che sfruttano la “realtà aumentata”).

Il richiamo all'occhio e all'orecchio del consumatore è ormai continuo.

La domanda da porsi quindi è: cosa posso fare per distinguermi? Quali azioni devo intraprendere per promuovere il mio prodotto?

Be'... la risposta è **NON** solo **PROMUOVENDO IL PRODOTTO**, ma coinvolgendo e creando un'esperienza che lasci traccia in chi la vive.





Come un territorio può essere valorizzato: la promozione delle eccellenze enogastronomiche

- L'Italia è un paese che vive di turismo. Ma è anche un paese sostanzialmente agricolo. E allora dovrebbe essere naturale unire le nostre due principali vocazioni per promuovere il territorio. Niente di più semplice, dunque, ma spesso solo in teoria...
- Nella pratica vediamo che le realtà produttive restano divise (anche quando unite da Consorzi, Enti, Associazioni di produttori), che ciascuno prova a cercare la propria strada tenendosi lontana da quella degli altri e il più delle volte si fatica a fare rete.
- “**Fare rete**” è la parola chiave: unire prodotto + territorio + cultura (locale ma non solo) è la via per una promozione coerente e duratura di un territorio.

“Fare rete”

- “Fare rete” consente di:
- Valorizzare e rafforzare il lavoro e la visibilità di ciascuno
- Essere più forti e competitivi sul mercato nazionale ed estero
- Organizzarsi per la logistica e la distribuzione (per esempio decidendo un luogo comune per lo stoccaggio o un unico fornitore per il trasporto delle merci)
- Ottimizzare le spese: utilizzando, per esempio, una o più persone che per conto di tutti curino la comunicazione e l'organizzazione di manifestazioni congiunte





“Fare rete”: le principali obiezioni

“Fare rete” non:

- Impedisce di caratterizzare e differenziare le singole proposte unite verso obiettivi comuni
- Depauperà nessuno, ma anzi porta nuove energie e forze (sia in termini di lavoro e di nozioni che economici)
- Vincola le aziende dal punto di vista delle singole scelte commerciali o di immagine
- È segno di debolezza o incapacità di muoversi autonomamente, ma anzi, di maturità e consapevolezza della validità del proprio progetto e/o di un progetto comune

Lucca – La Toscana meno nota





Il territorio di Lucca

Lucca è una cittadina medievale, con un centro storico curato e che attira ormai molti turisti, con la cerchia di mura ancora intatte e calpestabili che la rendono unica. Si è dotata nel tempo di strutture ricettive di qualità e si promuove durante le principali manifestazioni nazionali dedicate al turismo.

Recentemente, negli ultimi 5 anni, la ristorazione di qualità è arrivata in città.

Tuttavia Lucca non è nota come le sue “vicine” di regione, Siena e Firenze, per i suoi prodotti enogastronomici.

Non abbiamo il Chianti, il Pecorino di Pienza, la Bistecca fiorentina. Non possiamo vantare il Chianti Classico e nemmeno il Panforte o il Lampredotto. Né tantomeno il Brunello di Montalcino e il Nobile di Montepulciano.

E quindi? Dovremmo rinunciare a valorizzare i prodotti che ci caratterizzano? O possiamo invece cercare una strada che sia nostra?

La Lucca del vino ha risposto in questo modo: cercando di far forza su una caratteristica, un fatto, che la distingue dal resto d'Italia: la maggior concentrazione di aziende agricole biodinamiche della penisola.



L'esempio di «LuccaBiodinamica»

Un fattore unificante che diventa trainante

Cos'è la biodinamica?

- La biodinamica è una pratica agricola che si basa sul concetto che il benessere del terreno, del suolo, sia capace di creare benessere per le piante e gli organismi che lo abitano. Il concetto di equilibrio e di suolo e vita come un unico sistema.
- In biodinamica si usano i preparati 500 e 501, a base esclusivamente naturale che nutrono il terreno e le foglie, affiancati ad altri rimedi naturali (es. la propoli) oltre ad alcune pratiche agronomiche quali il “sovescio” (che consiste nel piantare tra le file delle vigne alcune piante, soprattutto leguminose, che fertilizzano il terreno).
- Attraverso la biodinamica si vuole mantenere fertile il terreno per far sì che le piante resistano naturalmente alle malattie e i prodotti siano di qualità superiore oltre che del tutto privi di pericolo tossico per l'essere umano.



La Biodinamica

La biodinamica si basa sull'uso di preparati utili a stimolare dinamicamente la fertilità della terra ed evita l'uso di pesticidi, diserbanti e molecole chimiche in genere.

Ma questo non è che un aspetto, il tassello ultimo di un percorso che inizia dall'osservazione e che porta alla comprensione, alla responsabilità e alla partecipazione.

L'uomo, figura centrale del processo agricolo, è inteso come parte della natura stessa, come uno degli elementi che compongono un organismo vivente regolato da equilibri preziosi che vanno riconosciuti e con cui occorre confrontarsi.

L'ottica non è tanto quella di curare, ma di costruire salute, di favorire la vitalità dei suoli e di aiutare la terra a esprimersi, affiancandola e custodendola in armonia con i suoi ritmi vitali.

Non ci si può rifare a regole preconfezionate e immutabili perché ogni territorio ha caratteristiche uniche, così come le piante hanno una loro spiccata individualità che va riconosciuta e accettata.



LuccaBiodinamica: come nasce, le aziende che la costituiscono





LuccaBiodinamica

- Il Distretto dei produttori biodinamici di Lucca nasce nel 2013 ed è composto, all'esordio, da 12 aziende agricole dedicate alla produzione di vino e olio extravergine d'oliva, e una specializzata nella produzione ortofrutticola.
- In meno di 10 anni una superficie superiore a 100 ettari ha iniziato a essere coltivata con metodo biodinamico grazie alla passione di alcuni produttori per la sperimentazione di nuove forme di conduzione dell'azienda.
- Le caratteristiche del territorio, caratterizzato da piccole proprietà e posto al di fuori dei grandi circuiti internazionali della produzione vitivinicola in Toscana, hanno consentito di praticare con successo questa sperimentazione.
- Il Distretto è attivo ad oggi con iniziative nei confronti dei cittadini: attraverso eventi speciali, degustazioni e l'apertura delle aziende al pubblico, per mostrare concretamente i risultati delle pratiche agricole sostenibili e i principi dell'agricoltura biodinamica.



Gli attori – Come nasce il progetto

Il progetto nasce esattamente come ci si aspetta che nasca un progetto di questo tipo: in vigna.

Alla fine di un pranzo di ferragosto del 2013, Saverio Petrilli della Tenuta di Valgiano, Gabriele Da Prato del Podere Còncori, Giuseppe Ferrua della Fabbrica di San Martino e alcuni amici iniziano a chiacchierare della realtà che li lega, quella del lavoro nelle vigne e in cantina. Sentono il desiderio di fare qualcosa insieme, di iniziare a raccontare ad altri l'esperienza che li lega e che si è concentrata, per caso, per fortuna e per buona volontà sul territorio di Lucca.

Da molto tempo i vigneroni lucchesi si scambiano informazioni, nozioni, strumenti tecnici e condividono la scelta di una agricoltura pulita e sostenibile, guidata dalle pratiche dettate da Alex Podolinsky, classe '25, il più grande esperto di biodinamica nel continente australiano.

Alex da circa vent'anni si prende cura di numerosi agricoltori biodinamici in Europa e in Italia, visitandoli periodicamente per controllarne l'operato.



Il manifesto di Lucca Biodinamica

E così, da un'idea, viene stesa la bozza di un progetto.

E trovato un nome: **LuccaBiodinamica**.

Questo il manifesto:

- “La biodinamica, prima ancora che una pratica agricola, è uno sguardo sul mondo. È la natura stessa che ci guarda negli occhi e ci accoglie e ci aiuta, a seconda di quanto siamo in grado di comprenderla.
- Biodinamica significa capire che il vino è innanzitutto espressione della fertilità della terra. Le viti traggono il loro nutrimento dall’humus e dalla vita in esso racchiusa, si imbevono di sole e donano frutti. Una terra ricca di humus è una terra in grado di respirare e trattenere acqua, capace di favorire la vita e crescere piante forti e generose.
- ***Il vino che ne deriva, al di là delle caratteristiche specifiche del territorio, avrà sempre il fascino di un vino vivo”***

I vini delle Colline Lucchesi, protagonisti degli eventi



Prodotti e produttori della lucchesia





Dalla comunicazione integrata all'organizzazione di un evento

Un progetto nasce, si delinea, si struttura e, quando pronto, fa i suoi primi passi verso l'esterno.

Si stabiliscono le linee guida della comunicazione e si comincia a condividere l'idea con altri attori: che siano in futuro fornitori o collaboratori o più semplicemente il pubblico.

Ma presto sorge l'esigenza di confrontarsi con la stampa, i tecnici del settore, appassionati o un pubblico ancor più vasto.

Occorre fare qualcosa.

Da qui la faticosa domanda: come possiamo farlo?



Come si organizza un evento enogastronomico

- **Scelta dei contenuti:** di cosa intendiamo parlare? A quale scopo?
Che sostanzialmente equivale a chiedersi per quale ragione profonda ci stiamo imbarcando nell'impresa... Se la risposta non è abbastanza forte, chiediamoci se siamo pronti per partire.
- **Scelta della tipologia di evento:** che si tratti di una degustazione, di una visita in azienda, di una festa del vino (che preveda magari l'abbinamento con il cibo), un workshop, l'evento va accuratamente scelto. Non tutte le tipologie di evento, per quanto attrattive e persino fattibili, risultano infatti efficaci. Il primo passo è dunque chiedersi (e rispondere con estrema onestà) a che punto del nostro progetto ci troviamo e dove il progetto vuole arrivare (obiettivi). Solo a quel punto sarà possibile identificare la tipologia di evento più calzante.
- **Scelta del Target a cui riferirsi:** indirizzerà le scelte che faremo a breve
- **Scelta del mood:** che carattere desideriamo dare all'evento? Formale? Amichevole? Che atmosfera ci immaginiamo?



Si parte! Ideazione dell'evento

- **Quando?** – Pianificazione temporale (evitare coincidenze temporali con eventi simili o altri eventi di rilevanza nazionale, ecc...)
- **Dove?** - Aspetti logistici: location e allestimento, parcheggio, spostamento, alloggio ospiti
- **Quanto?** - Aspetti economici: budget preventivo dei costi da sostenere e delle entrate previste
- **Come?** – Comunicazione
- **Chi?** – Personale: chi coordinerà l'evento e chi lavorerà durante l'evento; ma anche a chi ci rivolgiamo per gli inviti e chi ci aspettiamo che partecipi.
- **Con chi?** – Partner, sponsor (aziende private, Enti locali, Pubblica Amministrazione), media partner



Come comunicare l'evento enogastronomico

Parte fondamentale della buona riuscita di un evento è una efficace strategia di comunicazione.

- Nuovi media o vecchi media? Il giusto mix! Sarà sicuramente necessario un ufficio stampa che stenda il comunicato e lo dirami alle redazioni delle testate (cartacee o sul web) di settore.
- Allo stesso modo è indispensabile la presenza sui social network e la visibilità sul web (abbiamo copertura di rete? Possiamo garantire wi-fi? Abbiamo indicato ai nostri follower gli # da usare? Riutilizziamo i loro contenuti?).
- Da curare anche l'immagine coordinata (non è un dettaglio!)



Come comunicare l'evento enogastronomico

- Produzione di materiale promozionale e gadget
- Utilizzare gli influenzatori di settore, che vanno coinvolti a tempo debito
- Inviti mirati: da non trascurare in quanto garantiranno la base necessaria perché l'evento riesca. L'invito deve contenere tutte le informazioni necessarie.
- Curare la gestione del post evento: rassegna stampa, gestione dei social network, eventuali ringraziamenti, ecc...

Nota che potrebbe apparire scontata ma non lo è: prendetevi tutto il tempo necessario per comunicare un evento!

L'evento del 2013: Lucca, la biodinamica e l'arte dell'equilibrio





La formula:

- **Titolo:** *Lucca, la Biodinamica e l'arte dell'equilibrio.*

Subito chiaro che si volesse parlare di un territorio, Lucca, visto secondo una prospettiva che caratterizzava tutti i produttori, la biodinamica. Lo scopo era quello di mettere a conoscenza la stampa dell'esistenza di LB e suscitare interesse a livello nazionale.

- **Protagonisti:**

12 aziende vinicole del progetto LuccaBiodinamica e 6 ristoratori.

- **Formula:**

Una giornata intera, dalle 11,00 del mattino, su invito. I vignaioli, disposti su un unico tavolo con i loro vini, proponevano l'assaggio. I ristoratori erano raccolti in uno spazio comune poco distante e ciascuno presentava un piatto.

- *Nota tecnica dal titolo “mai scoraggiarsi”: Il tempo meteorologico non ci venne in aiuto: alle 13,00 si scatenò un diluvio e dovemmo riparare sotto una tettoia. Il terreno “vivo” delle vigne, però, trattenne la maggior parte dell'acqua, impedendo che si formassero fiumi di fanghiglia, consentendoci di proseguire fino al tardo pomeriggio. Nessuno se ne voleva andare...*

L'evento del 2015: San Giovanni, Lucca e la biodinamica.





La formula:

- **Titolo:** Lucca, San Giovanni e la Biodinamica.

Resta nel titolo la centralità dell'identificazione territoriale (Lucca) legata ancora una volta alla Biodinamica, scelta che accomuna le aziende partecipanti. La notte di San Giovanni è stata scelta in quanto particolarmente legata alla tradizione contadina e alle pratiche agricole di un tempo. Apertura alla città e al territorio (una sorta di ritorno dopo le conferenze e gli inviti in altre regioni)

- **Protagonisti:**

14 aziende vinicole del progetto LuccaBiodinamica e 12 ristoratori.

- **Formula:**

Un pomeriggio e una serata ambientati all'interno di una delle aziende vitivinicole. Il programma prevedeva una conferenza di presentazione del progetto alle ore 17,00 (riservata alla stampa e tecnici) con degustazione dedicata e l'apertura al pubblico dalle ore 19,00.

Ciascun vignaiolo ha quindi presentato in assaggio i propri vini in entrambi i momenti (stampa e pubblico) raccontando l'azienda ma anche il perché della propria partecipazione al progetto LuccaBiodinamica.

I ristoratori hanno proposto un piatto che li caratterizzasse e che fosse preparato con ingredienti del territorio.

Non solo cibo e vino!



Non dimentichiamoci mai cosa si aspetta il nostro pubblico: chi partecipa a un evento enogastronomico mette in conto anche di divertirsi, di trascorrere momenti piacevoli e che, possibilmente, restino impressi nella memoria. Un'emozione che può dare la musica, per esempio.



I risultati della comunicazione

- Partecipanti 2013: 35 fra giornalisti, blogger e tecnici del settore. Su invito.
- Partecipanti 2015: 50 circa fra giornalisti e blogger di settore; circa 500 persone (pubblico pagante un biglietto per la degustazione di vino/cibo)
- Articoli e pubblicazioni seguenti:

Corriere del vino, The Wine Training, Luciano Pignataro Blog, Altreconomia, Il Tirreno, La Nazione, LoSchermo.it, La Gazzetta di Lucca, Barga News, NewsFood, TisMagazine, VitediVino, Vino una passione, DispensaToscana, Sorgente del Vino, Luccaindiretta, Flora Viva, Ticonsigliounposticino, Lucca Food Wine, Loveat-Italy, L'Acquabuona, Trippando, LocalGenius, Noi Tv. Ecco la Toscana, FlipNews



Prospettive future: la rete d'impresa

- La rete d'impresa è un accordo fra più soggetti che decidono di collaborare, scambiarsi il sapere in un modello di business aggregativo che va contro tendenza rispetto alla logica individualista prevalente.
- Lo scopo principale delle reti di impresa è il raggiungimento di obiettivi strategici comuni che aumentino la competitività delle imprese coinvolte
- **Quali sono i vantaggi?**
 - Accesso al credito tramite appositi modelli di Rating predisposti dai principali istituti bancari
 - Aumento delle possibilità di penetrazione in mercati internazionali (difficilmente raggiungibili dalle singole imprese a causa delle piccole dimensioni)
 - Riduzione dei rischi operativi
 - Possibilità di partecipazione a bandi e gare di appalto
 - Sviluppo di nuove competenze e/o nuovi prodotti
 - Riduzione dei costi di gestione



LuccaBiodinamica fa rete!

In quest'ottica alcune fra le aziende capofila del progetto di LuccaBiodinamica stanno promuovendo la creazione di una rete d'impresa per valutare una possibile direzione comune.

Al momento LuccaBiodinamica non è un brand registrato e i prossimi passi sono ancora in fase di definizione.

Resta però la certezza che una certa sensibilità sul territorio (ma anche ben al di là di Lucca) e un forte legame fra i produttori, ma anche fra di loro e i ristoratori per esempio, si è creata.

Il pubblico di Lucca ma non solo, sa che qualcosa sta accadendo e in questi 3 anni è accaduto. E aspetta le prossime mosse.

Da qui non si torna indietro.



I miei contatti



AMELIA DE FRANCESCO

ameliadefrancesco@gmail.com

Fb: <https://www.facebook.com/amelia.defrancesco>

Skype: amedieffe