

BUON GUSTO VENETO, un network di eccellenze



Nata nel 2012 a Verona, la rete d'impresa dell'agroalimentare fa il bilancio dei risultati raggiunti e amplia il proprio modello ad altre regioni

mette in comune tutti gli attori del territorio e dove tutti s'impegnano per la loro parte". Lungi da un'ottica autoreferenziale, la rete si propone quale sistema oltremodo permeabile a scambi e confronti, nel solco della migliore tradizione che ha fatto del Veneto una terra di ospitalità ed eccellenza. Si tratta pertanto di un programma innovativo che prevede tutta una serie di azioni per le imprese: dall'adozione di nuovi e più

Sono oggi 52 le aziende agroalimentari venete che hanno scelto di mettersi in rete con l'intento di accrescere le capacità innovative, la competitività e l'internazionalizzazione, condividendo competenze, conoscenze, opportunità. Un patrimonio complessivo di cui ciascuna azienda si sente contemporaneamente portatrice e destinataria. La rete d'impresa diventa una best practice in grado di superare lo storico individualismo di gran parte dell'imprenditoria italiana. Poca importanza ha se ciò avvenga per "libero pensiero" o per necessità dettate dall'inevitabile cambiamento che la crisi porta con sé, di fatto le 52 aziende, a distanza di soli due anni dalla costituzione del network, iniziano a tirare le somme di un nuovo modo di relazionarsi con il comparto di appartenenza e con il mercato.

Il Buon Gusto Veneto – afferma Giancarlo Taglia, manager di rete – è un progetto che nasce dalla passione di alcuni operatori che credono nella rinascita dell'imprenditoria italiana. Promuove le specialità ed eccellenze regionali ed è un cappello che, attraverso molteplici sinergie, vuole attivare un territorio, coinvolgendo anche altri 'mondi': dalle scuole – in particolare gli istituti alberghieri – al mondo dell'arte, turismo, cultura e artigianato. È un network che

FAR FRONTE COMUNE IN GDO

L'iniziativa nasce dalla lunga esperienza del manager di rete in GDO, che ha trovato nel Gruppo Brendolan il primo partner che ha compreso l'importanza di offrire alla propria clientela la possibilità di degustare e acquistare prodotti del territorio di ottima qualità a prezzi accessibili. Nei primi due anni di vita della rete sono oltre 10 i corner allestiti all'interno di ipermercati. Assistiti da personale proprio, i corner promuovono i prodotti di rete, spiegando alla clientela provenienza, ingredienti, metodi di lavorazione. La durata media di permanenza dei corner è di circa tre settimane, sempre in periodi dell'anno strategici quale quello a cavallo delle festività natalizie.

I risultati sono più che soddisfacenti, il consumatore, ormai maturo, ha dimostrato di comprendere a pieno la filosofia della rete e di apprezzarla, tanto che alcuni prodotti sono entrati in GDO in modo permanente. Un risultato difficilmente raggiungibile da aziende medio piccole, che spesso significa fare una differenza sostanziale sul budget annuale.

L'iniziativa ha già visto protagonista, in corner del Veneto, la neo nata rete siciliana con le sue specialità: nei progetti di BGV c'è infatti lo scambio regionale, proponendo alla GDO prodotti di regioni diverse da quella di appartenenza, ma sempre garantiti dal marchio Buon Gusto.

L'accesso al grande pubblico pone le aziende nella necessità di sviluppare piani marketing e comunicazione efficaci, anche in questo la rete fornisce supporti per uno sviluppo che accompagni la crescita commerciale.

La presenza in GDO, ultimamente ampliata al gruppo Vega di Treviso, è inoltre supportata da strumenti promozionali quali volantini a capillare distribuzione territoriale, nei quali ampio spazio viene dedicato ai prodotti del Buon Gusto.

efficaci strumenti di logistica per gestire meglio la distribuzione, alla comunicazione, promozione e marketing in più canali distributivi compresa la gdo, con sistemi di monitoraggio e abbattimenti dei costi generali. Le 52 aziende aderenti sono quindi affiancate da 45 partner che operano sia nei settori di promozione del territorio sia nei servizi alle imprese. L'insieme di aziende e partner, accomunate dal marchio di rete, saranno presenti all'edizione 2015 di Tuttofood, un evento che, grazie anche alla contemporaneità con Expo, si preannuncia di vastissima portata. "Tuttofood 2015 -aggiunge Giancarlo Taglia, manager di rete-aggiunge dopo ben due prove generali, Tuttofood 2013 e Cibus 2014. Esperienze che ci hanno fatto capire gli enormi vantaggi di condividere un ampio stand e ci hanno fatto testare la capacità collettiva di gestire uno spazio comune. Se quest'ultimo aspetto può apparire limitativo, in realtà produce risultati straordinari: le singole aziende dispongono di una visibilità, servizi hosting e area accoglienza certamente inaccessibile ai più. Ma ciò che più conta, nei giorni di fiera si attivano scambi di informazioni, di clienti, azioni di co-marketing assolutamente entusiasmanti." Da sottolineare che all'interno della rete vige una sorta di esclusiva di prodotto o, per meglio dire, di prodotto appartenente ad uno specifico segmento di mercato.



Giancarlo Taglia, manager di rete

UN INCUBATORE DI IDEE E CREATIVITÀ 100% VENETO

Dalla ferma convinzione che qualità, competenze e sinergie siano l'unica ricetta efficace per vincere le sfide del mercato, sono nate le iniziative che stanno affermando il marchio Buon Gusto Veneto in Italia e all'estero.

Ha solo poche settimane di vita, ma conta su oltre 6.000 fan già acquisiti sui social, la piattaforma di vendita on-line, che accontenta le esigenze dei consumatori e permette anche a piccole aziende di disporre di una vetrina promozionale ma -ciò che più conta- di un efficiente e sostenibile sistema logistico condiviso. Piccoli esperimenti iniziali, oggi collaudati, hanno portato la rete a progettare il servizio di hospita-

lity presso le fiere nazionali e internazionali "Il servizio hospitality si inserisce in un progetto più ampio -continua il manager di rete- che vede coinvolti gli istituti alberghieri: sotto la guida di docenti e professionisti, gli studenti degli ultimi anni potranno confrontarsi con il mondo del lavoro, operando nei corner dedicati di stand o per servizi catering. Un'attività di formazione che li metterà a contatto con il meglio della produzione agro-alimentare del territorio di cui un domani saranno ambasciatori". Nei programmi in fase di attuazione di Buon Gusto Veneto c'è poi un punto degustazione e vendita in posizione assolutamente strategica: Venezia. Tutte le ricerche e sondaggi collocano i prodotti alimentari al primo posto tra i "souvenir" di viaggio; niente di meglio quindi che accontentare le aspettative dei molti turisti con prodotti Dop, Doc e Docg accuratamente selezionati. I prodotti BGV sono poi entrati in prestigiosi cataloghi di fidelizzazione per aziende: sempre per il principio che la chicca enogastronomica è tra i più graditi "premi", già diverse migliaia di prodotti sono stati venduti tra-

Le aziende della rete il Buon Gusto Veneto

Agriform	Debortoli	Pasticceria Bolcato
Agugiaro & Figna	Distilleria Dal Toso	Pasticceria Fraccaro
Apicoltura Gardin	Dolciaria di Cologna Veneta	Pasticceria La Donatella
Az. Agricola Miglioranza	Eredi di Mario Sartor Enno	Pasticceria Pattaro
Az. Agricola Tamburino Sardo	Fonte Margherita	Pastificio Avesani
Beppiani Cioccolato	Fonti di Posina	Pastificio Croera
Bertolini Group	Gastronomia il Ceppo	Pastificio Fazion
Biscotteria Veneziana	Geofur	Piovesana Biscotti
Bovis	Latte Busche	Prosciuttificio Soave
Ca' Rovere	Lazzaris	Redoro Frantoi Veneti
Cadeau Promo Service	Leoncini	Salumificio dei Castelli
Caffè Pedron	Lo Scrigno	Soc. Agricola Riva di Rocca
Canazza Fgm	Lovagricola	Suba Alimentare
Cantina di Negrar	Micheletto Pane	Tyche Allegra Tavola
Cantina Mazzolada	Panificio Bedin	Villa Egizia
Capponi & Spolaor	Panificio dal Cortivo	Prosciuttificio Soave
Cose Buone	Panificio Ghedina	Suba Alimentare
De.Pa.	Panificio La Spighetta	Zuccato

mite questo strumento.

In previsione del Natale, forti del successo dello scorso anno, la rete ha predisposto un cofanetto BGV per ogni provincia veneta. Al suo interno un'accurata selezione dei migliori prodotti locali. Ideale per un regalo aziendale o personale, sarà possibile scegliere la provincia più gradita e, perché no? magari collezionarle per avere un ampio panorama di quanto offre il Veneto: riso, olio, pandori artigianali, Prosecco, conserve, cioccolato, più qualche inattesa specialità per stupirci e stupire. La rete veneta non vuole limiti, certa delle proprie potenzialità. Per questo il modello viene ora replicato in altre regioni: in un interessante "nord chiama sud" la prima a rispondere è stata la Sicilia (vd. box a lato), mentre Lombardia, Toscana, Campania stanno premendo per avviare la propria rete che confluirà nel Buon Gusto Italiano, rete delle reti, che debutterà a Tuttofood 2015.



IL BUON GUSTO
VENETO®