

## COMUNICATO STAMPA INTERVENTO 27

Nella mattinata del 30 marzo p.v. verrà presentato ufficialmente, da parte della Camera di Commercio di Arezzo quale Ente attuatore, l'intervento 27, " Sviluppo pakaging prodotti ed immagine territoriale ", che prevede l'ideazione e la prima produzione pilota di una gamma di imballaggi ( pakaging ) personalizzati con il marchio comprensoriale ed integrato con quanto già elaborato dal GAL Appennino Aretino.

In particolare, il presente intervento ha realizzato confezioni per le diverse tipologie di prodotti individuati a seguito di uno specifico monitoraggio condotto sul territorio provinciale.

Su tali prototipi di confezione possono essere applicate le varie etichette dei diversi prodotti: olio, vino, miele, formaggi, ecc. Ogni prodotto sarà identificato da un'etichetta e dovrà contenere tutte le diciture specifiche di legge e le indicazioni dell'azienda produttrice.

Tutte le confezioni avranno uno spazio disponibile per l'applicazione del nominativo e le indicazioni del produttore.

Tale azione promozionale è stata realizzata a seguito della considerazione che il comprensorio Leader può contare su un patrimonio di prodotti tipici ottimo e che l'offerta gastronomica locale difetta tuttavia dell'organizzazione necessaria a richiamare un più vasto pubblico di consumatori, potenziali utenti del territorio locale, a causa della carenza di un'immagine unitaria di maggior richiamo. E' così che ai programmi di valorizzazione e promozione delle produzioni dell'area, previsti in altre misure del Leader, si sono necessariamente affiancate iniziative volte all'organizzazione produttiva e alla predisposizione di una linea di pakaging volta alla omogeneizzazione ed alla immediata riconoscibilità dell'immagine dei prodotti. L'azione di ideazione dei prototipi delle confezioni costituisce pertanto un intervento mirato sulla produzione, volto a costruire un'immagine integrata dei prodotti tipici. La disponibilità di una linea di pakaging comune consente infatti di rendere immediatamente riconoscibile il prodotto e l'area territoriale, richiamando su di essi l'attenzione dei potenziali consumatori, anche in considerazione del fatto che le aspirazioni legate all'alimentazione tradizionale, sono sempre più forti, e associate a esigenze che travalicano la semplice necessità di alimentarsi e si accomunano ad una migliore qualità della vita, per appropriarsi di contenuti sempre più culturali, nel senso più pieno e profondo del termine.

Il progetto pertanto contiene elementi di grande interesse non solo perché ci consente di affermare un'identità locale dei nostri prodotti ( cioè una provenienza geografica, un processo produttivo, una tradizione d'uso ) ma anche una garanzia credibile verso un mondo dei consumatori sempre più attento ed esigente.