



Chi sono i nuovi imprenditori veneti "eroi del marketing"

Glocal e col culto della bellezza più che del mero fatturato. Impavidi e pronti a puntare tutto sulla narrazione del brand. Ritratto di questi "talenti" del cibo e del beverage. E del loro modo di manifestarsi.



Risparmiare senza rinunciare alla qualità?

Internet e Telefono illimitati con assistenza top inclusa a 10€/mese di sconto per 1 anno

Sponsorizzato da Fastweb P. IVA

21 Giugno 2019 20.23

Stefano Ferrio



Squisitamente **glocal**, cioè con visione sia **globale** sia **locale**, questi nuovi **imprenditori veneti** che hanno vista contemporanea sulla **Vedelago** dove producono gnocchi e sulla **Manhattan** dove li vendono si fanno chiamare **marketing heroes**, gli eroi del marketing. Un modo per chiarire subito come sia gente che al culto del crudo **fatturato**, così caro ai loro padri e nonni, preferisce l'avventura della **bellezza**, l'esplorazione di ogni possibile valore aggiunto legato a **lusso**, **esclusività**, **tempo libero**. A cominciare da quel veneto "magnare" su cui continua a fondarsi la grandezza di tanto **Made in Italy**.

IL RITROVO NEL "TEMPIO DEL BEVERAGE"

Ecco allora che – lontani non tre decenni, ma "anni luce" dal plumbeo e un po' rancoroso nonno delle **partite Iva** – i **marketing heroes** scelgono per manifestarsi un "tempio del **beverage**" come il **Ferrowine** di **Castelfranco Veneto**, provincia di **Treviso**, dove l'avventore ha da spulciare oltre 4 mila opportunità sotto forma di **vini**, "spiriti" **superalcolici** e **birre**.

L'ARDUA IMPRESA DI CONVINCERE IL CONSUMATORE

Qui, fra linee distese di scaffali e vetrine luminose in puro stile scandinavo, introdotti dal violino di **Anna Ferrarese**, gli "imprenditori impavidi" di cui si legge nella presentazione dell'evento si affidano alla conduzione dello scrittore **Sebastiano Zanolli** per presentare una **mission** condivisa: conquistare il mercato con la **narrazione** del proprio eroismo. Discende quest'ultimo dalla constatazione di spazi ovunque più ristretti in cui farsi, se non amare, perlomeno desiderare da **consumatori** sempre più attenti alle ragioni, non solo economiche, delle proprie spese.



Un po' di vino nel "tempio del beverage".

TRA RICETTE DI FORMAGGI "UBRIACHI" E "MASTER GNOCCHI"

Vale ovviamente per il padrone di casa, **Giovanni Ferro**, erede di una secolare ditta di famiglia assunto a nuovo **imperatore del beverage** da 27 milioni di fatturato, investiti in ampliamenti come lo "store" da 600 metri quadrati che si inaugura a luglio 2019 in quel di **Jesolo**. Ma si applica anche ai "corpi vivi", come vengono misticamente chiamati i **formaggi "ubriachi"** della **casearia Carpenedo**, elaborati immergendo forme di **Asiago** e **Montasio** nelle migliori **vinacce** locali, o a quei "**Master Gnocchi**" che moltiplicano a ogni latitudine le varianti di condimento dell'impasto ottenuto dalle patate.

OLTRE IL GRISSINO "ROBERTO" C'È DI PIÙ

A Castelfranco parla per tutti un **Daide Pedon** che, per nulla "saziato" dai 35 Paesi colonizzati con il **grissino** di famiglia, il "**Roberto**" prodotto a **Susegana**, si è lanciato nel sogno di sedurre milioni di **newyorkesi** ammanando loro gli **asparagi & uova**, o i **gamberetti con rucola**, della linea "**Tramezzini Nyc**".



I pass per l'evento degli "impavidi eroi" veneti.

"BIONDE", KIWI E MONUMENTALI GRAPPE

Altri **brand** contribuiscono a questo filò, artisticamente impreziosito dalla mostra di 18 tavole d'autore ispirate ai **marketing heroes**. Nelle cui fila si schierano a Castelfranco anche gli **Adami Spumanti** imbottigliati nello splendore Doc di **Valdobbiadene**, le "bionde" pregiate del micro-birrificio **CR/AK** di **Campodarsego**, i **kiwi** di **Giavera del Montello** premiati all'Expo 2015, le monumentali **grappe** della distilleria **Poli di Schiavon**.

NON ESISTONO EROI SENZA NARRAZIONE...

Il risultato finale è una sorta di "**Talent live**" a cui un pubblico di 150 spettatori (selezionati solo su invito) risponde con l'auspicato entusiasmo. Merito anche dei narratori che, oltre a Zanolli, sono gli imprenditori-scrittori **Giampietro Bizzotto** e **Gianpaolo Pezzato**, autori del libro *Impavidi veneti*, edito dall'università veneziana **Ca' Foscari**, e i creativi dell'agenzia **Velvet Media**, passati da cinque a 150 nel giro di quattro anni grazie al fiuto del fondatore **Bassel Bakdounes**, amministratore delegato di origini italo-siriane. Perché, sin dai tempi di Omero, non esistono **heroes** senza chi li narra al mondo.

imprese

marketing

veneto