



COMUNICATO STAMPA

STUDIO SUL MARCHIO DEL PARCO NATURALE REGIONALE DELLA LESSINIA, SVOLTO DALL'UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI VERONA

L'Ente Parco ha commissionato uno studio esplorativo dell'immaginario sociale e del riconoscimento dell'Ente stesso, sul marchio attualmente in uso. Emergono dati molto interessanti

Una ricerca approfondita, curata dalla professoressa Debora Viviani, del Dipartimento di Scienze Umane dell'Università degli Studi di Verona. 500 i questionari somministrati, sia online, sia telefonicamente ai residenti del Comune di Verona e della provincia.

Dallo studio emerge che ben l'83,5% dei veronesi ha già sentito parlare del Parco Naturale Regionale della Lessinia e il Comune che viene maggiormente riconosciuto come appartenente all'area protetta è quello di Bosco Chiesanuova (11,3%), seguito da Erbezzo e Velo entrambi con il 10,3%.

Soffermandosi invece esclusivamente all'immagine del marchio (proposta senza scritta a fianco e solamente come logo grafico), quasi il 30% degli intervistati, ha già visto il logo del Parco e lo associa all'area territoriale protetta in questione.

Tra i prodotti più conosciuti invece, guida il formaggio di malga (17,5%), seguito dal Monte Veronese Dop (17,2%) e dai Marroni di San Mauro (9,4%), inoltre più della metà degli intervistati afferma che il logo è attuale (52,4%), che ben rappresenta i territori della Lessinia (52%) e che è gradevole esteticamente (50%).

“Va ricordato che si tratta di un marchio d'area, che negli operatori sta suscitando molto interesse, loro stessi richiedono un maggior collegamento tra marchio e territorialità, in un'ottica di promozione”, esordisce Silvia Marcazzan consigliere dell'Ente Parco, delegata al marchio, “i dati che emergono dall'analisi, vanno valutati in un'ottica costruttiva e migliorativa della situazione attuale, in questi mesi di fase di trasferimento del marchio dalla Comunità Montana all'Ente Parco,

lavoreremo con alcuni professionisti, legati a tre aree: commerciale/pubblicitaria, agricola e agroalimentare, economica e di marketing, per trovare le soluzioni migliori per rilanciare il nostro marchio sotto tutti i punti di vista”.

“Dallo studio che ho condotto emerge che il Parco Naturale Regionale della Lessinia è conosciuto dai veronesi, così come i prodotti tipici”, spiega la professoressa Debora Viviani, “questi dati possono essere utilizzati come punto di partenza per un lavoro di promozione territoriale e sociale del marchio stesso”.

Ufficio Stampa

Parco Naturale Regionale della Lessinia

Costantino Meo

347-6861335