

Zer zapore dute markek?

2011/06/06

Zer zapore dute markek? Nola bereizi daiteke marka bat elikaduraren sektorean? Nola kudeatu dezakegu marka, bezeroarentzat eta enpresarentzat balioa sortu ahal izateko? Komunikazioaren sektoreko eta gastronomiaren eta kontsumoaren alorreko profesional ospetsuek gai horiei erantzun zieten **ekainaren 2an, Donostiako Kursaal Jauregian 'Branding Taste, Markaren zaporea' izenburupean antolatuko Branding Hemen eta Orain VI. Jardunaldiaren barruan.**



Mondragon Unibertsitateko Enpresagintza Fakultateak, Gipuzkoako Merkataritza Ganberak eta AZK erakundeak antolatutako saio horrek sektore honetako adituak ekarri zituen Donostiako Biltzar Jauregira, hala nola **Xavier Olivé** (Xavier Olivé Associats), **Álvaro Boada** (De Dietrich-Grupo Fagor Group Taldea), **Elen Orcolaga** (Angulas Aguinaga), **José Luis Lapuente** (Errioxako J.D.K.A.), **Fernando Goñi** (Quinto Real Hotela) eta **Amaia García** (A Fuego Negro jatetxea). Horrez gain, Mondragon Unibertsitateko Errektore **Iosu Zabalak**, Gipuzkoako Ganberako Berrikuntza eta Ezagutzaren Zuzendari **Ana Ugaldek** eta AZKko bazkide fundatzaile Dani Miguélezek ere parte hartu zuten bertan.

“Gastronomiarik goxoenaren zaporeek eta berezko gozagarriek osatzen dute gure menua; hori guztia, aisialdi, kultura eta turismo ukitu batzuekin gozatua. *Hemengo zapore eta osagaiak dira, baina gu bisitatzera etortzen direnek ere dastatuak, eta hori guztia, gure erakundeek arlo horiek landu dituztelako eta komunikazioaren bitartez eta erreferentziatzko markak sortuz ezagutarazten jakin izan dutelako. Beste batzuk orain hasi dira bidea egiten*”, azpimarratu zuten jardunaldiaren antolatzaileek.

Jardunaldi honen bidez, *“gero eta orokorragoak diren merkatuetan lehiatzeko orduan, marka funtsezko aktibo estrategiko gisa kontuan hartu beharraz enpresa mundua sentsibilizatzea lortu nahi da”*, Jardunaldiko antolatzaileek aurreratu zuten, *“eta halaber, parte-hartzaileei zenbait metodologia eskaini, markaren kudeaketari hel diezaizoten, bezeroarentzat eta enpresarentzat balioa sortu ahal izan dezaten”*, azaldu zuten moduan.

Horretarako, *“gero eta tradizioarekin lotura gutxiago duten eta konplexuagoak diren merkatuetan marka egoki kudeatzeko kritikotzat jotzen diren faktoreen inguruan hausnartuko dugu”*, adierazi zuten jardunaldiko antolatzaileek.

Kasu praktikoak eta eztabaida

Jardunaldia goizeko 9.30ean hasi zeb Mondragon Unibertsitateko Errektore Iosu Zabalaren, Gipuzkoako Ganberako Berrikuntza eta Ezagutzaren Zuzendari Ana Ugalderen eta AZKko bazkide fundatzaile Dani Miguélezen eskutik.

Jarraian, Xavier Olivé aditua ‘Nola desberdinu marka bat elikaduraren sektorean’ gaiaren inguruan mintzatu zen, eta alor honetan duen esperientzia zabalaren berri azaldu zigun helburu hori erdiesteko baliagarriak diren zenbait gako eskainiz. De Dietrich-Grupo Fagor Group taldeko Álvaro Boada izan zeb ekitaldian parte hartu zuen hurrengo aditua, eta kasu honetan, industria-marka baten inguruko errealitateari heldu zion ‘De Dietrich: goi-sukaldaritza etxera hurbiltzen’ izeneko hitzaldiaren bitartez. Esku-hartze horren ondoren, kontsumoko marka batek esparru honetan izandako esperientzia jorratu zuen Angulas Aguinaga etxeko Elen Orcolagaren eskutik, ‘Itsasoko espezialitateak kontsumo-aukera berrien artean’ gaitzat hartuta.

Marka gastronomikoei eskainitako atala Errioxako J.D.K.A.ko José Luís

Lapuentek aztertu zuen, eta 'Errioxa. Gakoak eta erronkak' gaiaren inguruan mintzatu zitzaigun.

Jardunaldiari amaiera emateko, mahai-inguru bat egin zen eta bertan parte hartu zuten, batetik, Fernando Goñi pilotari ohiak, Quinto Real Hotelaren jabeak, bere gai nagusia 'Sukalde eta pilotaleku artean, eta alderantziz' izan zelarik, eta bestetik, 'A Fuego Negro' Donostiako jatetxe berrizaitetik etorritako Amaia García, 'A Fuego Negro: zentzumenen marka' izeneko esperientziaren berri eman zuelarik.

Ekitaldiaren bideotxoa eta argazki batzuk ikusgai dituzue.