

Le potenzialità di una terra racchiuse in un marchio. Ecco “Marke”, il brand dalle tre anime.



5' di lettura [20/06/2021](#) -

Sarà la Valdaso ad ospitare questo nuovo sistema. Il progetto guarda al territorio della vallata fermana con un “mood” diverso, che sa tanto di tradizione e genuinità. Tre ragazzi dietro al nuovo brand, Marco e Matteo Sgattoni e Monia Lupacchini: “Amiamo queste zone e vogliamo rilanciarle. Marke si muove su tre ambiti, territorio, eccellenze locali ed esperienze sensoriali. L’obiettivo è fare rete con produttori, strutture ricettive e Comuni”.

Da una parte la spinosa questione del biodigestore, che potrebbe danneggiare turismo ed economia della **Valdaso**, dall’altra c’è chi, invece, ha **il coraggio di credere in questa terra** ed ha deciso di rilanciarla.

I protagonisti di questa nuova storia sono **due giovani fratelli ed un’amica**, tutti innamorati del loro paese natale e che hanno compreso dove puntare per far ripartire la vallata: **territorio, turismo ed eccellenze locali**. Si chiamano **Marco e Matteo Sgattoni**, di 38 e 36 anni, insieme a **Monia Lupacchini** ed il loro innovativo progetto si chiama **“Marke – Mood&Food”**.

Cos’è e in cosa consiste? “In parole semplici **Marke è un marchio**, ma in realtà rappresenta molto di più. Si tratta di **un brand che racchiude un intero territorio, vuole esserne il simbolo e la Valdaso è la nostra forza trainante**. Infatti, abbiamo iniziato a sviluppare il nostro sistema da qui, da questa vallata e dalle sue infinite potenzialità – **spiegano in ragazzi** – in senso più pratico, **Marke è un e-commerce emozionale**, ovvero non il classico network di acquisti web, ma un vero e proprio **portale online capace di regalare emozioni e sensazioni all’utente con i suoi tanti prodotti** che fanno capo al territorio della Valdaso”.

Quindi un e-commerce che non vende solo prodotti o oggetti? “Esatto. **Noi portiamo il turista, che acquista online, a vivere e assaporare le nostre offerte**. È come se Marke avesse **tre anime**, ovvero si muovesse su **tre ambiti, quello del territorio, delle eccellenze locali e delle esperienze sensoriali**. Nel nostro portale il turista può trovare tutto questo, a partire dal **prodotto tipico della valdaso**, o dagli **accessori e indumenti creati da artigiani del**

posto, fino ad arrivare a soggiorni, escursioni guidate, sedute di yoga o esperienze sensoriali indimenticabili in apposite strutture”.

Un marchio riconosciuto, che racchiude anche un *modus vivendi*: **“Il brand Marke è inserito in tutti i prodotti**, dalle creazioni dell’artigianato locale come scarpe o borse, ai prodotti locali, come i maccheroncini di Campofilone. **Tutto ha la griffe Marke**, che racchiude in sé anche il picchio, simbolo della nostra Regione – **spiegano i fratelli** – questo brand rappresenta anche **un mood, uno stile di vita** che da sempre fa parte del nostro territorio. Infatti, nei prodotti e nelle offerte che proponiamo, vi è la **tradizione e la genuinità** di chi le ha create. C’è tutta la qualità, l’impegno e la maestria degli artigiani. **Marke mette insieme cultura, natura ed emozioni di una terra veramente unica**. Il mood che vorremmo trasmettere a chi sceglierà il brand è quello di **rallentare e vivere, ritrovando i valori profondi della vita”**.

Il progetto, presentato ieri nel B&B “Residenze degli ulivi” a Campofilone, è stato selezionato e finanziato dal **PIL Ecotour Valdaso**. Presente all’incontro anche la **Presidente del Gal Fermano Michela Borri**: “Siamo di fronte ad un progetto ben strutturato e che sa guardare con la giusta prospettiva alla Valdaso. **Oggi, piace sempre più il mix tra turismo, ricettività ed esperienze**. E’ giusto che anche il nostro territorio proponga questa offerta – **spiega la Presidente** – **Ben vengano progetti così organizzati e di ampio respiro, poi però occorre dare loro seguito e farli crescere**. L’obiettivo di noi Enti che finanziamo, è quello che questa terra venga promossa al meglio con innovazione, lungimiranza e soprattutto costanza nel tempo, anche quando i finanziamenti cesseranno, altrimenti rimarremo solamente con qualcosa che già avevamo”.

Step fondamentale: **creare occupazione**. **“Buona idea il marchio, ma non deve essere solo un input iniziale fine a se stesso. Dobbiamo dare seguito a tutto questo**, ovvero creare nuovi posti di lavoro. **Lo scopo principale del PIL è proprio questo, creare occupazione sul territorio, coinvolgendo tutte le imprese**. Nelle Marche, il GAL fermano è quello che ha raggiunto i risultati migliori”.

Marke, un sistema che sa unire territorio, eccellenze locali ed esperienze, tutto questo facendo rete: “Per noi è **fondamentale la collaborazione con i produttori del posto, le strutture ricettive e i Comuni**. Sono loro che conoscono al meglio il territorio, possono indicarci ambiti e settori dove concentrare le nostre offerte. Confidiamo molto nel sostegno delle Amministrazioni”.

Marke Mood&Food si rivolgerà principalmente agli **8 Comuni del Pil ecotour Valdaso**: Altidona, Lapedona, Monte Vidon Combatte, Monterubbiano, Moresco, Ortezzano, Petritoli e Campofilone.

Avete in programma di diffondere il brand anche in altre zone della Provincia? “Per ora, il punto di partenza è la **Valdaso** e resterà il nostro territorio di riferimento. È ovvio, **il brand si presta anche a molte altre zone, dall’area montana alla costa**. Il desiderio è quello di proporre questo tipo di sistema a più strutture e produttori possibili – **concludono i ragazzi** – finora il nostro turismo è stato di tipo estivo o solo di passaggio, **noi vorremmo destagionalizzarci e accogliere turisti in ogni periodo, facendoci conoscere anche all’estero, perché il vero mercato al momento è quello**. Tantissimi viaggiatori non sanno nemmeno l’esistenza di questo territorio meraviglioso ed unico al mondo. Ogni volta che vengono qui rimangono senza parole. Dobbiamo ampliare il nostro bacino di utenza e credere nelle potenzialità del territorio”.

[Spingi su](#)

di Lorenzo Cortellucci