

---

---

# wertvolle **MundArten:**

## Wenn Dialog auf den Markt kommt

---

---

### „Die Ernährung ist Dialog und Dialog ist Kultur“

So lautet die Nachricht, die von der Gründung der Gruppe **Lauria&Friends/FARE International** ausgeht, entstanden aus der Zusammenarbeit von **Francesco Lauria** und **Fausto Castellini**, beide seit über zwanzig Jahren Profis in Kommunikation, Vermarktung und Vertrieb herausragender italienischer Feinkost in Deutschland. Heute stehen sie mehr denn je vor neuen Herausforderungen, denn um vor dem deutschen Publikum auch in Zukunft bestehen zu können, braucht es neue, innovative Marktstrategien.

Im Jahre 2015 hat sich bei einer Reihe von Treffen gezeigt, dass die traditionellen Vertriebsstrategien für italienische Feinkostprodukte in Deutschland bei einem immer differenzierteren, aufmerksameren, bewussteren und dynamischer agierenden Markt nicht mehr angemessen sind. Die Notwendigkeit neue Wege zu betreten, war offensichtlich und konkretisierte sich immer mehr in einer Kommunikationsstrategie. Diese darf sich nicht nur auf die Wertigkeit des Produkts beschränken, sondern auch die Herkunftsregion beachten und das Augenmerk auf die Werte und die Einzigartigkeit der gesamten Produktionskette richten. Von der Bewirtschaftung des Bodens bis hin zum gedeckten Tisch.

Die Strategie der Aufwertung, Kommunikation, Promotion und Distribution von Produkten ausgewählter Hersteller geht davon aus, dass unser Bewusstsein Ernährung als Dialog zu erfahren, wieder geweckt werden muss. Als Dialog mit:

- der Natur,
- dem Boden,
- dem Bauern, der diesen bewirtschaftet,
- dem Handwerk, das die landwirtschaftlichen Produkte weiterverarbeitet,
- dem Gastronomen, der damit kocht,
- dem Konsumenten, der die Produkte kennen-und lieben lernt und
- dem Kunden.

---

---

# wertvolle MundArten:

## Quando il dialogo fa mercato

---

---

Die Erfahrungen von Francesco Lauria und Fausto Castellini fließen in der Arbeit der Gruppe zusammen und bereichern sich gegenseitig. Die Agentur Lauria&Friends ([www.lauriaandfriends.de](http://www.lauriaandfriends.de)) vertritt jetzt schon Unternehmen mit einem ausgezeichneten Feinkostsortiment. Fausto Castellini steht mit seiner Agentur FARE international ([www.fareonline.de](http://www.fareonline.de)), dem europäischen Projekt **cultgenuss**<sup>®</sup> ([www.cultgenuss.eu](http://www.cultgenuss.eu)) und dem damit verbundenen deutsch-italienischen Feinkostforum **incontri/begegnungen** für eine neue Kommunikationskultur ausgewählter Produkte und deren Regionen auf europäischer Ebene. Alles Erfahrungen, die nun in einer einzigen Gruppe gebündelt wurden mit dem Ziel, eine in die Zukunft gerichtete, junge und dynamische Produktpolitik zu entwickeln, die das Ansehen italienischer Spitzenprodukte in Deutschland weiter vorantreibt und deren Vermarktung fördert.

Mit diesen Maßnahmen sollen unsere Spitzenprodukte befähigt werden, die Erwartungen eines immer anspruchsvoller und selektiver werdenden deutschen Markts zu erfüllen.

Die Gruppe **Lauria&Friends/FARE International** entwirft zu diesem Zweck ein neues Bild des „Made in Italy“ italienischer Agrarerzeugnisse in Deutschland. Sie legt dabei den Fokus auf Qualitätsprodukte, die die Identität und die Tradition ihrer Herkunftsregionen am besten repräsentieren.

Der Slogan **„wertvolle MundArten“** verknüpft die Feinkost mit ihrer Herkunftsregion, ihrer Geschichte und ihrer eigenen kulinarischen Tradition, wertet sie auf und vermarktet sie. Damit entsteht ein Dialog, der zum Markt wird und auf die „wertvollen“ regionalen Dialekte einer universellen Sprache zielt: der Sprache der Nahrung.