



Campagna di promozione per il made in Italy in Spagna, Germania, Polonia, Regno Unito

I piatti italiani sono un sistema

Sette prodotti in giro per l'Europa a spiegare il nostro food

DI ANDREA SETTEFONTI

Vino, olio e formaggi e prodotti italiani a denominazione protagonisti di una attività di promozione in giro per l'Europa. A far conoscere le caratteristiche del made in Italy è il progetto dell'Ue Eeqf (**Enjoy European Quality Food**), finalizzato alla valorizzazione di prodotti enologici e agroalimentari a denominazione d'origine (doc e docg), indicazione geografica (Igp) e specialità tradizionale garantita (Stg). Eeqf ha preso parte al **Marca** di Bologna e in Germania alla **Berlin Fashion Week** mentre a Siena sarà teatro del workshop che approfondirà i processi e i luoghi di produzione dell'olio extra vergine di oliva. **Vittorio Emanuele Pisani** direttore del consorzio Tutela Provolone Valpadana, partner del progetto con Asti Docg, Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore docg, Nobile di Montepulciano docg, olio Seggiano dop, olio Terre di Siena dop e Mozzarella Stg, spiega che «obiettivo è presentare i prodotti a denominazione d'origine con il loro valore aggiunto di tipicità, salubrità e garanzie igienico sanitarie». L'iniziativa coinvolgerà Spagna, Germania, Polonia e Regno Unito e uno degli scopi è «favorire la conoscenza dei prodotti per un utilizzo non soltanto nei piatti tipici della tradizione italiana. Normalmente all'estero non sono abituati a trattare i nostri prodotti in modo corretto, pensano ad un utilizzo solo come prodotto tal quale», continua Pisani. «La decisione di avere prodotti diversificati, come vino olio e formaggi, serve per garantire la possibilità di essere fruiti da soggetti diversi». Senza dimenticare, ovviamente, il valore dell'attività per combattere l'italian sounding.

«Lo sforzo è anche quello di confrontare prodotto simile con quello vero, realmente prodotto in Italia con tutte le garanzie». La scelta di coinvolgere quattro paesi europei oltre all'Italia nasce dal proposito di avvicinare consumatori, trade e opinion leader al mondo dell'enogastronomia italiana ed europea. Nel corso dei tre anni

saranno organizzati seminari, degustazioni, workshop e iniziative promozionali, grazie al supporto di partner locali di prestigio, quali Camere di Commercio e agenzie di comunicazione. «I prossimi incontri si terranno in Spagna, con una serie di workshop e poi in Germania e Regno Unito».

—© Riproduzione riservata—