



I CAPOLAVORI
A DENOMINAZIONE D'ORIGINE



Rassegna Stampa

Sommaro Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Gdoweb.it	29/10/2020	IL PROGETTO DI EATALY PER LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI DOP E IGP	2
	Horecanews.it	29/10/2020	EATALY, FEDERDOC, QUALIVITA, ORIGIN ITALIA E TRECCANI PER PROMUOVERE I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE IT	4
	Corrieredelvino.it	28/10/2020	I CAPOLAVORI SONO DOP E IGP	7
	Enopress.it	28/10/2020	EATALY, FEDERDOC, QUALIVITA, ORIGIN ITALIA E TRECCANI INSIEME PER PROMUOVERE LE ECCELLENZE ITALIANE	9
	Gazzettadisiena.it	28/10/2020	EATALY, FEDERDOC, QUALIVITA, ORIGIN ITALIA E TRECCANI INSIEME PER PROMUOVERE LE ECCELLENZE ITALIANE	10
	Informacibo.it	28/10/2020	"I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE": VALORIZZARE I PRODOTTI ALIMENTARI E VITIVINICOLI DOP IGP	12
	Italiaatavola.net	28/10/2020	LAGROALIMENTARE FA SISTEMA L'ITALIA RIPARTE DA DOP E IGP	14
	Terraevita.edagricole.it	28/10/2020	ACCORDO A CINQUE PER PROMUOVERE MEGLIO LE DOP E IGP MADE IN ITALY	16
	Agricolae.eu	27/10/2020	I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE. EATALY, FEDERDOC, QUALIVITA, ORIGIN ITALIA E TRECCANI PER I	19
	Agricoltura.it	27/10/2020	I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE. EATALY, FEDERDOC, QUALIVITA, ORIGIN ITALIA E TRECCANI PER I	23
	Agroalimentarenews.com	27/10/2020	"I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE", AL VIA INIZIATIVA SU OLTRE 830 DENOMINAZIONI ITALIANE	25
	Altoadige.it	27/10/2020	ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE	27
	Ansa.it	27/10/2020	ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE	28
	Ansamed.info	27/10/2020	ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE	30
	Corrierequotidiano.it	27/10/2020	I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE PRESENTATA IN DIGITALE L'INIZIATIVA EATALY, FEDERDOC, QUALIV	31
	Funweek.it	27/10/2020	I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE	32
	Giornaletrentino.it	27/10/2020	ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE	33
	Informatutto.info	27/10/2020	I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE	34
	Regione.Vda.it	27/10/2020	ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE INIZIATIVA EATALY, FEDERDOC, QUALIVITA,	35
	Winenews.it	27/10/2020	RACCONTARE QUALITA', CULTURA E STORIA DEL MADE IN ITALY: "I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE"	36

GDOWEEK



Abbonati

Iscriviti alla newsletter

PIÙ VISTI NEWS GALLERY VIDEO EVENTI



Brandsaward

Think Tank

Accedi / Registrati



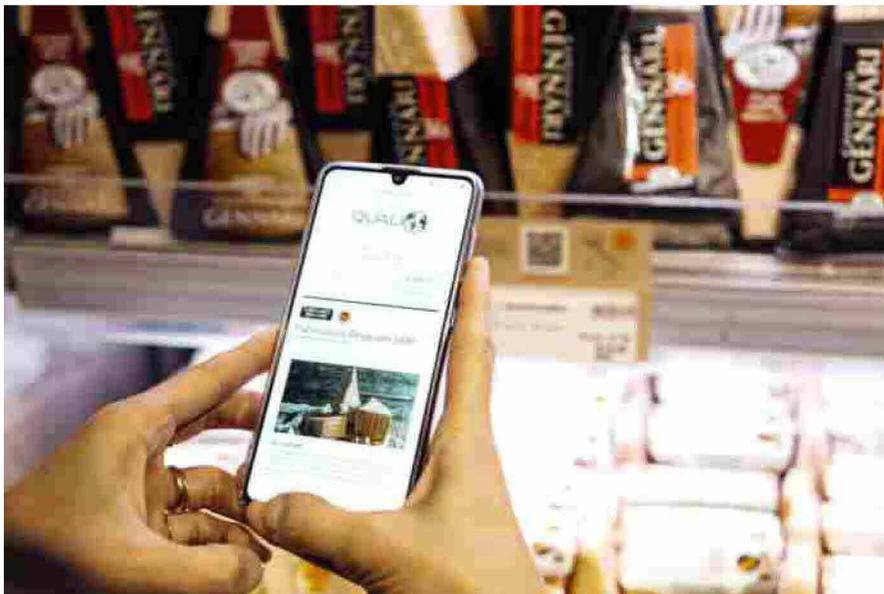
PER LA TUA CASA

Home > News > Il progetto di Eataly per la valorizzazione dei prodotti dop e igp

News Retail

Il progetto di Eataly per la valorizzazione dei prodotti dop e igp

Di **Alessandra Bonaccorsi** - 29 Ottobre 2020



Da un accordo tra **Eataly**, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGIn Italia e Treccani nasce il progetto **capolavori a denominazione di origine** che mira a valorizzare i prodotti agroalimentari e vitivinicoli dop e igp, proponendo ai consumatori informazione completa sulle oltre **830 denominazioni italiane** del settore agroalimentare e vitivinicolo.

Facebook



Edicola web



E-magazine



Gli strumenti per fornire ai clienti queste informazioni sono vari: attraverso **pannelli illustrati**, un manuale contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, una **brochure** dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi dop e igp. Inoltre le **etichette dotate di QR-code** presenti sugli scaffali offrono percorsi conoscitivi sulle produzioni e sui territori, schede prodotto multimediali, pubblicate sulla piattaforma qualigeo.eu, con le principali informazioni sulle denominazioni come metodo di lavorazione, storia, normative, caratteristiche nutrizionali e organolettiche.

L'informazione si sviluppa su più fronti che vanno dalle caratteristiche organolettiche dei prodotti, agli elementi di tracciabilità e sicurezza alimentare, fino a toccare alcuni di quegli elementi storici e culturali a cui prodotti agroalimentari e vitivinicoli si sono legati nel tempo: monumenti, opere letterarie, personaggi storici, caratteristiche dell'ambiente e del territorio.

Nei punti di vendita Eataly, infatti, saranno predisposte delle immagini accompagnate da testi specifici per approfondire la conoscenza di questi prodotti e il loro legame con il territorio.

Le dichiarazioni

"Il racconto del Made in Italy di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly -spiega l'Ad Nicola Farinetti-. Abbiamo creato punti di vendita in grado di ospitare percorsi di approfondimento e di didattica con l'obiettivo di dare ai nostri clienti occasioni per diventare più consapevoli attraverso ogni esperienza vissuta insieme a noi".

"L'agroalimentare rappresenta la prima filiera dell'economia italiana, con 538 miliardi di euro di fatturato, pari al 25% del Pil nazionale, e il secondo comparto per volumi di export, con 44,6 miliardi di euro -aggiunge Manlio Di Stefano, Sotto Segretario Ministero degli Esteri-. Questi risultati sono raggiunti anche grazie a una produzione che mette l'accento sulle specificità del nostro territorio e fa della qualità la propria bandiera".

"Il sistema delle Indicazioni geografiche è uno snodo strategico delle politiche di sviluppo agroalimentare del Paese -conclude Teresa Bellanova, Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali-. Il patto e l'alleanza che oggi cinque realtà importanti stringono per promuovere questo sistema nel mondo, non può che essere accolto come una ottima notizia".

TAG Dop Eataly Igp Treccani

Mi piace 0



Twitter

GdoweeK

@GdoweeK

San Patrignano: l'eCommerce per i prodotti della comunità gdoweeK.it/san-patrignano...

#SanPatrignano #ecommerce #comunità



27 ott 2020

Italian Food Excellence



Caffè
MORENO
IL VERO ESPRESSO
NAPOLETANO

15 °C NAPOLI HORECANEWSLETTER.COM HORECATV.IT ILFUORICASA.IT

HORECA
IL PORTALE DEL "FUORICASA" **NEWS.IT**

PANAFE
www.panafe.com

HOME ▾ NOTIZIE ▾ PRODOTTI ▾ BUSINESS ▾ HO.RE.CA. ▾ NEWSLETTER MULTIMEDIA ▾ AGENDA ▾ PARTNERS CONTATTACI Italia

Home > Associazioni > Eataly, Federdoc, Qualivita, oriGin Italia e Treccani per promuovere i capolavori a...

ASSOCIAZIONI NOTIZIE ATTUALITÀ

Eataly, Federdoc, Qualivita, oriGin Italia e Treccani per promuovere i capolavori a denominazione italiani

"I capolavori a denominazione di origine", è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione Qualivita, oriGin Italia e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP.

By Redazione 2 - 29 Ottobre 2020



Il grande patrimonio culturale di **Treccani**, il sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche della **Fondazione Qualivita**, la capacità di **Eataly** di creare un dialogo con i consumatori su scala globale e la rappresentanza istituzionale del

Search

Hotel
Patis Intenzionale
per Hoteliers e Webmaster

CISA PAPER
SOSTITUIAMO LA PLASTICA CON LA QUALITÀ!

BUON GIORNO
COFFEE TO GO

BRITA
"ACQUALITÀ"
GARANTITA

DAL 1932
SANPELLEGRINO
LE BIBITE ITALIANE

PROVA LA NUOVA LINEA BIO

SCARICA LA BROCHURE CON LE ISTRUZIONI!

per l'uso dei filtri BRITA Professional dopo lunghi periodi di inutilizzo

mondo dei **Consorzi di Tutela Federdoc** e **orIGin Italia**: è questa la sintesi della nuova intesa per promuovere il Made in Italy agroalimentare nel mondo.

Un nuovo progetto che vuole promuovere l'**Italia** a partire dalla **cultura enogastronomica** attraverso una nuova strada in grado di raggiungere i **consumatori globali** con informazioni, contenuti e modalità più efficaci che consentano **percorsi di conoscenza** delle produzioni **DOP IGP** e dei **territori**.

Con la prima **iniziativa** progettuale dal titolo "**I capolavori a denominazioni di origine**" sono messe in evidenza non solo qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche capacità di cristallizzare nella memoria e nella **cultura**, la **storia**, i **simboli**, le **arti**, la **letteratura** e molte altre attività del sapere e del saper fare.

Le eccellenze agricole e agroalimentari italiane, in particolare quelle a



Indicazione Geografica tutelate dai marchi di qualità europei **DOP** e **IGP** sono infatti da anni al centro dell'interesse collettivo non più solo come un'enorme risorsa gastronomica ed economica, ma anche come una straordinaria occasione di raccogliere e valorizzare un'importante eredità culturale.

Un patrimonio che questa nuova alleanza ha **l'obiettivo di organizzare in un ecosistema crossmediale**, facendo emergere le molteplici esperienze del mondo rurale italiano, al fine di renderle un patrimonio culturale accessibile al nostro Paese e al resto del mondo.

QUANTE SONO LE DENOMINAZIONI D'ORIGINE IN ITALIA?
833

LE TRE COSE DA SAPERE

- 1** Che cosa è la certificazione DOP, IGP, STG? La certificazione garantisce al consumatore che un prodotto risponde alle regole definite in un Disciplinare di produzione e offre vantaggi pratici, grazie a un livello di tracciabilità e di qualità non paragonabili al mondo. Può essere rilevante anche da un punto di vista economico, in quanto il disciplinare della produzione è specificamente formulato per ottimizzare le risorse, quindi in grado di assicurare competitività, integrità ed equità.
- 2** Che cosa è il Disciplinare di produzione? È il piano fondamentale della produzione autorizzato a un'Indicazione Geografica, un prodotto agricolo o alimentare che nasce, si coltiva e si elabora in un'area geografica delimitata, che rappresenta il documento di identità del prodotto stesso in quanto garantisce la descrizione delle caratteristiche che deve possedere per essere considerato autentico. Contiene le regole di produzione, rispetto a aspetti del prodotto, tempi e metodi di lavorazione, origine, ecc.
- 3** Che cosa sono i Consorzi di tutela? I Consorzi di tutela sono associazioni collettive, senza finalità di lucro e con personalità dei produttori o titolari delle singole Denominazioni. Le finalità principali dei Consorzi di tutela e tutela delle Indicazioni Geografiche e valorizzazione e promozione delle produzioni agricole e alimentari, nonché la tutela e valorizzazione delle produzioni agricole e alimentari, nonché la tutela e valorizzazione delle produzioni agricole e alimentari.

I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE D'ORIGINE

Un viaggio tra le eccellenze agroalimentari italiane tutelate dai marchi di qualità europei DOP IGP.

"I capolavori a denominazione di origine": la prima iniziativa presentata in digitale

"I capolavori a denominazione di origine", è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, **origIn Italia** e **Treccani**, che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP.

Un'opportunità all'interno degli store italiani di Eataly, realizzata attraverso una

UNA GAMMA COMPLETA PER IL COMPARTO DELL'HORECA E DEL FOOD SERVICE

PER TUTTI I BUONI PASTO

foodless®
GINSENG life FREE AMARO

Senza Lattosio
Senza Zuccheri Aggiunti
Senza sciroppo di Glucosio
Senza Caffeina

SpecialCoffee®
passione per il caffè

agrumarie riunite siciliane

- ANGURIA
- LIMONE
- MANDARINO
- ARANCIA ROSSA
- ARANCIA

I NOSTRI SUCCHI NATURALI SOLO CON AGRUMI E FRUTTI DI SICILIA



Home > News > I Capolavori sono Dop e Igp



News

I CAPOLAVORI SONO DOP E IGP

Di redazione - 28 ottobre 2020 1 0

[f](#) Condividi su Facebook

[t](#) Tweet su Twitter

[G+](#)
[p](#)

Presentata da **Eataly**, **Federdoc**, **Qualivita**, **orIGIN Italia** e **Treccani** l'iniziativa per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP: **"I capolavori a denominazioni di origine"**.

Il grande patrimonio culturale di Treccani, il sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche della Fondazione **Qualivita**, la capacità di Eataly di creare un dialogo con i consumatori su scala globale e la rappresentanza istituzionale del mondo dei Consorzi di Tutela Federdoc e orIGIN Italia: è questa la sintesi della nuova intesa per promuovere il Made in Italy agroalimentare nel mondo.

Un nuovo progetto che vuole promuovere l'Italia a partire dalla cultura enogastronomica attraverso una nuova strada in grado di raggiungere i consumatori globali con informazioni, contenuti e modalità più efficaci che consentano percorsi di conoscenza delle produzioni DOP IGP e dei territori.

Con la prima iniziativa progettuale dal titolo **"I capolavori a denominazioni di origine"** sono messe in evidenza non solo qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche capacità di cristallizzare nella memoria e nella cultura, la storia, i simboli, le arti, la letteratura e molte altre attività del sapere e del saper fare.

CATEGORIE POPOLARI

NEWS	3012
PRIMO PIANO	1274
DEGUSTAZIONI	1011
GASTROVIAGGIANDO	860

MUST READ

Riparte la campagna informativa "Un giro a 360°" per l'utilizzo delle chiusure in alluminio...

Creatività in cantina per Pasqua Vini

Siquiria: il presidio dei vini del Veneto passa per la certificazione

I Preparatori d'Uva consulenti del leggendario Château d'Yquem

All'interno degli store italiani di Eataly è possibile fruire del racconto sull'eredità culturale dei prodotti attraverso grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un manuale contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi DOP IGP, e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti DOP IGP.

TAGS Capolavori capolavori a denominazioni di origine Eataly Federdoc origin Italia Qualvita

Treccani

CONDIVIDI



Mi piace 0

Tweet

Articolo precedente

LIGHTLY JACK, E IL DRINK DI HALLOWEEN È A BASE DI ZUCCA!



REDAZIONE

<http://www.corriereelvino.it>

Tutte le news dal mondo del vino, le nostre degustazioni, i ristoranti più famosi, food, enoturismo, eventi, fiere e molto altro



ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE



#ADOTTA UN RISTORANTE: PARTE DAI SOCIAL LA CAMPAGNA CONTRO LA CRISI DELLA RISTORAZIONE



UN FOSS MARAI PER LE SORELLE DELEIVINGNE



PRESENTATO IL NUOVO RUM DON PAPA, L'EDIZIONE LIMITATA RYE AGED



Premio piazza de' Chavoli

- Advertisement -



SEGUICI SU INSTAGRAM @PRVINO

INIZIATIVA PER LA PROMOZIONE DEI CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE D'ORIGINE

Stampa

Scritto da Redazione

Pubblicato: 28 Ottobre 2020



Valuta

Valutazione

Eataly, Federdoc, Qualivita, orIGIN Italia e Treccani insieme per promuovere le eccellenze italiane nel mondo

Presentata l'iniziativa per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP

Il grande patrimonio culturale di **Treccani**, il sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche della **Fondazione Qualivita**, la capacità di **Eataly** di creare un dialogo con i consumatori su scala globale e la rappresentanza istituzionale del mondo dei **Consorzi di Tutela Federdoc** e **orIGIN Italia**: è questa la sintesi della nuova intesa per promuovere il Made in Italy agroalimentare nel mondo.

Un nuovo progetto che vuole promuovere l'Italia a partire dalla **cultura enogastronomica** attraverso una nuova strada in grado di raggiungere i **consumatori globali** con informazioni, contenuti e modalità più efficaci che consentano **percorsi di conoscenza** delle produzioni **DOP IGP** e dei **territori**.

Con la prima **iniziativa** progettuale dal titolo "**I capolavori a denominazioni di origine**" sono messe in evidenza non solo qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche capacità di cristallizzare nella memoria e nella **cultura**, la **storia**, i **simboli**, le **arti**, la **letteratura** e molte altre attività del sapere e del saper fare.



<https://www.qualivita.it>

IL MATERIALE INFORMATIVO

All'interno degli store italiani di Eataly è possibile fruire del racconto sull'eredità culturale dei prodotti attraverso grandi **pannelli illustrati**, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un **manuale** contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una **brochure** dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi DOP IGP, e a **etichette dotate di QR-code** presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti DOP IGP.

Per informazioni: eventi@qualivita.it

Ufficio stampa: comunicazione@qualivita.it - 0577 1503049

Home > Notizie > Cronaca > Eataly, Federdoc, Qualivita, orlGin Italia e Treccani insieme per promuovere le eccellenze...

Eataly, Federdoc, Qualivita, orlGin Italia e Treccani insieme per promuovere le eccellenze italiane nel mondo

Di Redazione - 28 Ottobre 2020

Presentata l'iniziativa per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP

Il grande patrimonio culturale di Treccani, **il sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche della Fondazione Qualivita**, la capacità di Eataly di creare un dialogo con i consumatori su scala globale e la rappresentanza istituzionale del mondo dei Consorzi di Tutela Federdoc e orlGin Italia: è questa la sintesi della nuova intesa per promuovere il **Made in Italy agroalimentare nel mondo**.

Un nuovo progetto che vuole promuovere l'Italia a partire dalla cultura enogastronomica attraverso una nuova strada in grado di raggiungere i consumatori globali con informazioni, contenuti e modalità più efficaci che consentano percorsi di conoscenza delle produzioni DOP IGP e dei territori.

Con la prima iniziativa progettuale dal titolo **"I capolavori a denominazioni di origine"** sono messe in evidenza non solo qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche capacità di cristallizzare nella memoria e nella cultura, la storia, i simboli, le arti, la letteratura e molte altre attività del sapere e del saper fare.

All'interno degli store italiani di Eataly sarà possibile fruire del racconto sull'eredità culturale dei prodotti attraverso grandi **pannelli illustrati**, gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un **manuale** contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una **brochure** dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi DOP IGP e a **etichette dotate di QR-code** presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP.



ULTIMI ARTICOLI

Mps a sostegno delle imprese italiane in Cina

17 Luglio 2020

L'ufficio Urp chiude al pubblico ma resta operativo

20 Ottobre 2020

Terme di Chianciano, Filcams Cgil: "Serve un piano serio di rilancio, non scorciatoie speculative"

19 Settembre 2020

La deputata Susanna Cenni: "Cibo Sovrano mette in evidenza le relazioni tra politiche pubbliche e..."

26 Settembre 2020

Monteriggioni è "Città che legge", assegnato il riconoscimento dal Mibact e Anci

18 Luglio 2020

Mi piace 4

Redazione

ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE

L'appello di De Mossi e Benvenuti al governo: "La cultura è una luce, dobbiamo riaccenderla" - Video

Covid, la Camera di Commercio a sostegno per le imprese femminili del territorio

Coronavirus: 1.708 nuovi casi oggi in Toscana, età media 48 anni, 7 decessi



LASCIA UN COMMENTO

Commento:

Nome:*

Email:*

Sito Web:

Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per la prossima volta che commento.

Pubblica Commento



“I capolavori a denominazione di origine” valorizzare i prodotti alimentari e vitivinicoli Dop Igp

Presentata in digitale l’iniziativa Eataly, Federdoc, Qualivita, oriGin Italia e Treccani che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane

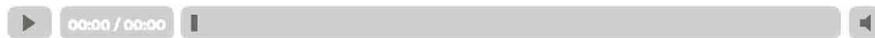
di Donato Troiano

Ultima Modifica: 27/10/2020

“**I capolavori a denominazione di origine**”: è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGin Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo Dop Igp.

Un'opportunità all'interno degli store italiani di Eataly, realizzata attraverso numerosi materiali di comunicazione originali. **Il racconto sull'eredità culturale dei prodotti è fruibile grazie a grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un “manuale” contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane**, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi Dop Igp e a etichette dotate di **QR-code presenti sugli scaffali** che accolgono i prodotti Dop Igp.

Un percorso divulgativo che va dalle caratteristiche organolettiche dei prodotti, agli elementi di tracciabilità e sicurezza alimentare, fino a toccare alcuni di quegli elementi storici e culturali a cui prodotti agroalimentari e vitivinicoli si sono legati nel tempo: **monumenti, opere letterarie, personaggi storici, caratteristiche dell'ambiente e del territorio**.



Attraverso la galleria esposta tra gli scaffali di Eataly, i consumatori sono accompagnati con immagini e testi, **alla scoperta del "DNA culturale" delle Indicazioni Geografiche Italiane.**

Sui capolavori a denominazione d'origine ci saranno informazioni che vanno **dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci** per la trasformazione dell'antenato dell'**olio Toscano Igp al ruolo del Barolo Dop** nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità UNESCO dal 2013, e fattore vitale per la nascita del **Pistacchio Verde di Bronte Dop e dei vini Etna Dop.**

Attraverso l'utilizzo di QR-code ben visibile sulle etichette dei prodotti a scaffale l'iniziativa apre percorsi di conoscenza sulle produzioni e sui territori e rende accessibili approfondite "schede prodotto" multimediali, pubblicate sulla piattaforma qualigeo.eu, con le principali informazioni sulle denominazioni come metodo di lavorazione, storia, normative, caratteristiche nutrizionali e organolettiche.

"I capolavori a denominazione di origine" offrono una possibilità di approfondimento a trecentosessanta gradi che, in linea con la **nuova strategia europea del "Farm to Fork"** ambisce a un consumatore consapevole interessato a **etichette intelligenti e materiali informativi di qualità.**

Un'iniziativa che parte dall'Italia per coinvolgere progressivamente gli altri store di Eataly presenti in oltre 15 paesi nel mondo

Condividi L'Articolo



L'Autore

Donato Troiano



InformaCibo.it, quotidiano online di informazione enogastronomica, con l'obiettivo di valorizzare i prodotti italiani di qualità e guidare il lettore verso un'alimentazione consapevole.

Testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Parma - Registrazione aut. n. 27 del 9 novembre 2004

Iscriviti alla nostra newsletter



Italia a Tavola



Seleziona lingua Powered by Google Traduttore

Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e accoglienza
Mercoledì 28 Ottobre 2020 | aggiornato alle 19:26 | 68952 articoli in archivio

HOME [TENDENZE e MERCATO](#) [HORECA e TURISMO](#)



L'agroalimentare fa sistema L'Italia riparte da Dop e Igp

Publicato il 28 Ottobre 2020 | 12:59

I capolavori a denominazione di origine è la prima iniziativa di Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGIn Italia e Treccani che propone negli store italiani di Eataly diverse informazione sulle Dop e Igp italiane.

Un nuovo **progetto** che vuole **promuovere l'Italia** a partire dalla **cultura enogastronomica** attraverso una strada in grado di raggiungere i **consumatori** globali con informazioni, contenuti e modalità più efficaci che consentano percorsi di conoscenza delle produzioni **Dop, Igp** e dei **territori**.



Un corner "I capolavori a denominazioni di origine" all'interno di uno store Eataly

Con la prima iniziativa progettuale dal titolo "**I capolavori a denominazioni di origine**" sono messe



in evidenza non solo **qualità** e **caratteristiche organolettiche** uniche, ma anche capacità di cristallizzare nella memoria e nella **cultura**, la **storia**, i **simboli**, le **arti**, la **letteratura** e molte altre attività del nostro sapere e saper fare.

LA STORIA DEL CIBO SI FA TRA GLI SCAFFALI

Un'opportunità all'interno degli **store italiani** di **Eataly**. Il racconto sull'eredità culturale dei prodotti è fruibile grazie a grandi **pannelli** illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un **"manuale"** contenente l'elenco aggiornato delle **denominazioni italiane**, a una **brochure** dedicata all'approfondimento sulle **produzioni di qualità** europee e sul significato dei **marchi Dop, Igp** e a **etichette** dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti.

L'iniziativa è nata dall'accordo tra **Eataly**, **Federdoc**, **Fondazione Qualivita**, **oriGIn Italia** e **Treccani** e propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo.

Sui capolavori a denominazione d'origine ci saranno informazioni che vanno dal geniale macchinario inventato da **Leonardo da Vinci** per la trasformazione dell'antenato dell'**olio Toscano Igp** al ruolo del **Barolo Dop** nella rete diplomatica di **Cavour**, passando per i **suoli vulcanici dell'Etna**, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013, e fattore vitale per la nascita del **Pistacchio Verde** di Bronte Dop e dei **vini Etna Dop**.



L'iniziativa propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane

La presentazione del progetto si è svolta nell'ambito di un incontro web il 27 ottobre. «Il racconto del **Made in Italy** di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly – ha ricordato **Nicola Farinetti**, amministratore delegato di **Eataly** - Abbiamo creato punti vendita in grado di ospitare **percorsi di approfondimento** e di **didattica** con l'obiettivo di dare ai nostri clienti occasioni per diventare più consapevoli attraverso ogni esperienza vissuta insieme a noi. Accogliamo questo progetto con grande soddisfazione avendo la possibilità di collaborare con i maggiori rappresentanti dei prodotti italiani Dop e Igp».


[AgriCommercio](#)
[ColtureProtette](#)
[@Confiterzista](#)
[ASSOCIAZIONE DI FRUTTICOCCATURA](#)
[IZ](#)
[MMA](#)
[nova](#)
[OlivoeOlio](#)
[Ricerca in verde](#)
[Suinicoltura](#)
[VQ](#)
[Accedi / Registrati](#)


terroevita

L'agricoltura firmata Edagricole, dal 1937

Menu


 Agrometeo
by
syngenta

[Abbonati / Rinnova](#)
[Economia e politica agricola](#)
[Pac e Psr](#)
[Leggi e fisco](#)
[Colture](#)
[Prezzi agricoli](#)
[Macchine agricole e Trattori](#)
[Nova Agricoltura](#)
[Altro](#)

terroevita L'agricoltura firmata Edagricole, dal 1937

Abbonati o rinnova il tuo abbonamento

[Home](#) > [Economia e politica agricola](#) > [Accordo a cinque per promuovere meglio le Dop e Igp made in...](#)
[Economia e politica agricola](#)

Accordo a cinque per promuovere meglio le Dop e Igp made in Italy

Eataly, Federdoc, Qualivita, Origin Italia e Treccani "raccontano" le Dop e Igp facendo leva sul legame esistente con il patrimonio di storia e cultura

 Di **Francesca Bocchio** 28 Ottobre 2020


La prima iniziativa del progetto, risultato dell'accordo firmato ieri, è dedicata a "I capolavori a denominazioni di origine" con un focus su qualità e caratteristiche organolettiche all'interno degli store italiani di Eataly inserite in un contesto culturale, letterario e storico più ampio. All'Assemblea di Origin Italia, che si è svolta ieri, è stata lanciata intanto la proposta di creare un tavolo di filiera

E-Magazine

Tecniche, prodotti e servizi dalle aziende


[Visualizza tutti](#)


Catalogo Aziende e Prodotti

Un modo semplice per cercare un'azienda o un prodotto!

[Cerca adesso](#)

Un gioco di squadra per esportare le eccellenze agroalimentari italiane nel mondo, in particolare quelle a Indicazione geografica tutelate dai marchi di qualità europei Dop e Igp. A questo traguardo puntano cinque partner di peso che si muoveranno in sinergia. L'accordo è stato siglato ieri da **Treccani**, che mette a disposizione il suo patrimonio culturale, la **Fondazione Qualivita** con il suo sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche, **Eataly**, per il suo rapporto privilegiato con il consumatore, i Consorzi di Tutela **Federdoc** e **origin Italia** che rappresentano i prodotti Dop e Igp, vini compresi.

«Come attori della filiera produttiva - ha spiegato **Cesare Baldrighi**, presidente di Origin Italia - abbiamo l'obbligo di mettere in campo tutte le azioni perché le nostre imprese possano continuare a produrre e a competere nei mercati nazionali e internazionali; come custodi di questa straordinaria eredità culturale, abbiamo il dovere di farci portavoce di un patrimonio storico e culturale di eccellenze unico al mondo».



Cesare Baldrighi, presidente Origin

Si tratta di realizzare assieme un nuovo progetto di promozione del made in Italy enogastronomico nel mondo con uno sforzo comune nel condividere e diffondere informazioni, contenuti e modalità più efficaci sulle produzioni Dop e Igp e sui loro territori.



Teresa Bellanova

«Il patto e l'alleanza che oggi cinque realtà importanti stringono per promuovere questo sistema nel mondo ha detto la ministra per le Politiche agricole, **Teresa Bellanova** - non può che essere accolto come una ottima notizia, perché sottolinea quanto sia importante fare ed essere sistema nel

posizionamento globale, per parlare di più e meglio ai cittadini consumatori. Il made in Italy parla al mondo così: cibo di eccellenza, territori di grande bellezza, cultura enogastronomica, distribuzione di qualità.

«Abbiamo sempre creduto - ha detto **Cesare Mazzetti**, presidente di **Qualivita** - che le Indicazioni geografiche del Paese rappresentino non solo la tradizione ma anche la l'identità culturale dei territori; per questo motivo è importante accompagnare la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli Dop e Igp con una informazione approfondita in modo da esaltare tutti gli aspetti caratterizzano questo patrimonio collettivo.

Prima iniziativa "I capolavori a denominazioni di origine"

La prima iniziativa del progetto è dedicata a "I capolavori a denominazioni di origine" con un focus su qualità e caratteristiche organolettiche all'interno degli store italiani di Eataly. Lo story telling sui prodotti avverrà attraverso grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni saranno affidati a un manuale contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi Dop e Igp, e a etichette dotate di Qr-code presenti sugli scaffali.

L'esperto Pac risponde

Approfondimenti sulla politica agricola comune
a cura di Angelo Frascarelli

L'Esperto risponde

I consigli di Terra e Vita agli agricoltori



AgriAffaires

Acquisto e vendita
macchinari agricoli



Il libro della settimana



Gestione della qualità e conservazione dei prodotti ortofrutticoli

Prezzo: €43.70

Acquista

«Il racconto del Made in Italy di qualità - ha detto **Nicola Farinetti**, amministratore delegato Eataly - è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly. Abbiamo creato punti vendita in grado di ospitare percorsi di approfondimento e di didattica con l'obiettivo di dare ai nostri clienti occasioni per diventare più consapevoli attraverso ogni esperienza vissuta insieme a noi».

Sottolineare il legame tra prodotti agroalimentari e cultura

Il percorso divulgativo vuole mostrare le caratteristiche organolettiche dei prodotti, spiegare tracciabilità e sicurezza alimentare, ma si ricollega agli **elementi storici e culturali** a cui i **prodotti agroalimentari e vitivinicoli** si sono legati nel tempo: **monumenti, opere letterarie, personaggi storici, caratteristiche dell'ambiente e del territorio**.

Tra gli scaffali di Eataly, i consumatori sono accompagnati con immagini e testi, alla scoperta degli aspetti culturali legati alle Indicazioni Geografiche italiane, come il geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antico olio Toscano Igp al ruolo del Barolo Dop nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte Dop e dei vini Etna Dop.

Assemblea di Origin Italia: necessario un tavolo di filiera

«Sul canale della ristorazione - ha ricordato ancora Baldrighi durante l'assemblea di Origin che si è svolta ieri - abbiamo grandi criticità e dovremo avere tutti gli strumenti per accompagnare i nostri prodotti nel mondo della ristorazione che non è solo un'occasione di consumo, ma anche di promozione importante nazionale ed internazionale».

«Come Origin vogliamo stimolare un vero e proprio tavolo di filiera, e sarebbe molto positivo ed importante riuscire a farlo insieme alle organizzazioni professionali» - la proposta di **Riccardo Deserti**, vicepresidente di Origin Italia. «Ci vogliamo far carico di questa responsabilità, dando un contributo alla organizzazione delle imprese per una migliore attività di filiera. Essere coesi e fare proposte, insomma: la vera filiera è quella che deve partire dai singoli consorzi, in Origin i singoli consorzi devono non solo ricevere servizi ma anche partecipare, perché solo così riusciremo ad essere interlocutori verso il mondo della politica e delle organizzazioni».

Mi piace 0



LASCIA UN COMMENTO

Commento:

I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE. EATALY, FEDERDOC, **QUALIVITA, ORIGIN ITALIA E TRECCANI PER I**

Il grande patrimonio culturale di Treccani, il sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche della Fondazione **Qualivita**, la capacità di Eataly di creare un dialogo con i consumatori su scala globale e la rappresentanza istituzionale del mondo dei Consorzi di Tutela Federdoc e oriGin Italia: è questa la sintesi della nuova intesa per promuovere il Made in Italy agroalimentare nel mondo.

Un nuovo progetto che vuole promuovere l'Italia a partire dalla cultura enogastronomica attraverso una nuova strada in grado di raggiungere i consumatori globali con informazioni, contenuti e modalità più efficaci che consentano percorsi di conoscenza delle produzioni DOP IGP e dei territori.

Con la prima iniziativa progettuale dal titolo "I capolavori a denominazioni di origine" sono messe in evidenza non solo qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche capacità di cristallizzare nella memoria e nella cultura, la storia, i simboli, le arti, la letteratura e molte altre attività del sapere e del saper fare.

Presentata in digitale l'iniziativa Eataly, Federdoc, **Qualivita**, oriGinItalia e Treccani per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP "I capolavori a denominazione di origine": è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita, oriGin** Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP. Un'opportunità all'interno degli store italiani di Eataly, realizzata attraverso numerosi materiali di comunicazione originali. Il racconto sull'eredità culturale dei prodotti è fruibile grazie a grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un "manuale" contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi DOP IGP e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti DOP IGP. Un percorso divulgativo che va dalle caratteristiche organolettiche dei prodotti, agli elementi di tracciabilità e sicurezza alimentare, fino a toccare alcuni di quegli elementi storici e culturali a cui prodotti agroalimentari e vitivinicoli si sono legati nel tempo: monumenti, opere letterarie, personaggi storici, caratteristiche dell'ambiente e del territorio. Attraverso la galleria esposta tra gli scaffali di Eataly, i consumatori sono accompagnati con immagini e testi, alla scoperta del "DNA culturale" delle Indicazioni Geografiche italiane. Sui capolavori a denominazione d'origine ci saranno informazioni che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antenato dell'olio Toscano IGP al ruolo del Barolo DOP nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità UNESCO dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte DOP e dei vini Etna DOP. Attraverso l'utilizzo di QR-code ben visibili sulle etichette dei prodotti a scaffale, l'iniziativa apre percorsi di conoscenza sulle produzioni e sui territori rende accessibili approfondite "schede prodotto" multimediali, pubblicate sulla piattaforma qualigeo.eu, con le principali informazioni sulle denominazioni come metodo di lavorazione, storia, normative, caratteristiche nutrizionali e organolettiche. "I capolavori a denominazione di origine" offrono una possibilità di approfondimento a trecentosessanta gradi che, in linea con la nuova strategia europea del "Farmto Fork" ambisce a un consumatore consapevole interessato a etichette intelligenti e materiali informativi di qualità. Un'iniziativa che parte dall'Italia per coinvolgere progressivamente gli altri store di Eataly presenti in oltre 15 paesi nel mondo.

Il grande patrimonio culturale di Treccani, il sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche della Fondazione **Qualivita**, la capacità di Eataly di creare un dialogo con i

consumatori su scala globale e la rappresentanza istituzionale del mondo dei Consorzi di Tutela Federdoc e OriginItalia: è questa la sintesi dell'intesa per promuovere il Made in Italy agroalimentare nel mondo. Cinque realtà molto diverse, ma da sempre impegnate nel promuovere l'immagine "Italia" hanno siglato un accordo strategico per la valorizzazione del sistema agroalimentare di qualità, da sempre simbolo del patrimonio economico e culturale nazionale. Una partnership che vuole essere da stimolo per rafforzare la capacità di creare sinergie e collaborazioni all'interno del nostro comparto agroalimentare, impegnato in grandi sfide globali soprattutto in questo momento che necessita di risposte e idee nuove sia sul piano della tutela che della valorizzazione. La scelta è quella di promuovere l'Italia a partire dalla cultura enogastronomica attraverso un progetto nuovo in grado di raggiungere i consumatori globali con informazioni, contenuti e modalità più efficaci che consentano percorsi di conoscenza delle produzioni e dei territori. Il cibo e il vino non sono più un tema che coinvolge esclusivamente gli appassionati o gli addetti ai lavori, ma sono il fulcro delle discussioni sulle prospettive di sviluppo economico, ambientale e sociale, con una base solida che si è stratificata nei secoli segnando l'identità di un'intera comunità. Non solo qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche capacità di cristallizzare nella memoria e nella cultura, la storia, i simboli, le arti, la letteratura e molte altre attività del sapere e del saper fare.

Le eccellenze agricole e agroalimentari italiane, in particolare quelle a Indicazione Geografica tutelate dai marchi di qualità europei DOP e IGP sono infatti da anni al centro dell'interesse collettivo non più solo come un'enorme risorsa gastronomica ed economica, ma anche come una straordinaria occasione di raccogliere e valorizzare un'importante eredità culturale. Un patrimonio che questa nuova alleanza ha l'obiettivo di organizzare in un ecosistema crossmediale, facendo emergere molteplici esperienze del mondo rurale italiano, al fine di renderle un patrimonio culturale accessibile al nostro Paese e al resto del mondo.

Mipaaf, Bellanova: "Patto importante per promuovere e valorizzare le nostre eccellenze e i nostri territori. Il made in Italy parla al mondo così"

Nicola Farinetti-Amministratore delegato Eataly

Il racconto del Made in Italy di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly. Abbiamo creato punti vendita in grado di ospitare percorsi di approfondimento e di didattica con l'obiettivo di dare ai nostri clienti occasioni per diventare più consapevoli attraverso ogni esperienza vissuta insieme a noi. Accogliamo questo progetto con grande soddisfazione avendo la possibilità di collaborare con i maggiori rappresentanti dei prodotti italiani DOP e IGP.

Riccardo Ricci Curbastro -Presidente Federdoc

Con l'iniziativa "I capolavori a denominazione di origine", Eataly, Federdoc, OriginItalia, Fondazione **Qualivita** e Treccani, sanciscono un'alleanza strategica che si propone di rilanciare l'immagine del Made in Italy agroalimentare e vitivinicolo di qualità in Italia e all'estero, attraverso una suggestiva e innovativa narrazione dei prodotti DOP-IGP e dei rispettivi territori d'origine. Un progetto ambizioso, frutto di una collaborazione sinergica quanto mai necessaria nel comparto eno-agroalimentare nazionale, che intende valorizzare e mettere a sistema gli elementi fondanti di un patrimonio culturale unico al mondo.

Cesare Mazzetti-Presidente **Qualivita**

Questa iniziativa rappresenta un grande valore per la Fondazione **Qualivita** che celebra proprio in questi giorni l'anniversario dei 20 anni di attività a sostegno del settore DOP IGP. Abbiamo sempre creduto che le Indicazioni Geografiche del Paese rappresentino non solo la tradizione ma anche la l'identità culturale dei territori; per questo motivo è importante accompagnare la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP con una informazione approfondita in modo da esaltare tutti gli aspetti caratterizzano questo

patrimonio collettivo. Siamo soddisfatti di avere messo insieme per la prima volta gli attori principali per affrontare insieme in una maniera innovativa anche la promozione internazionale del Made in Italy dove la cultura del cibo rappresenta un vero e proprio valore aggiunto anche per le imprese.

Cesare Baldrighi-Presidente OriginItalia

Oggi che le sfide sono più che mai planetarie, è necessario che il sistema agroalimentare delle eccellenze italiane con particolare riferimento a quelle a Indicazione Geografica, tutelate dai marchi di qualità europei DOP e IGP, faccia sinergia e parli ad una sola voce in termini di promozione e valorizzazione di un patrimonio che non è solo agricolo ma anche e soprattutto culturale. Come rappresentanti istituzionali del mondo dei Consorzi abbiamo una doppia responsabilità nei confronti delle imprese del comparto e dei cittadini, consumatori. Come attori della filiera produttiva abbiamo l'obbligo di mettere in campo tutte le azioni perché le nostre imprese possano continuare a produrre e a competere nei mercati nazionali e internazionali; come custodi di questa straordinaria eredità culturale, abbiamo il dovere di farci portavoce di un patrimonio storico e culturale di eccellenze unico al mondo.

Massimo Bray-Direttore Generale Treccani

Treccani è lieta di partecipare all'iniziativa presentata oggi, al fianco di partner come **Qualivita**, Federdoc, Eataly e Origin Italia. "I capolavori a denominazione di origine" vuole stimolare un pubblico sempre più numeroso alla scoperta e all'apprezzamento di sinergie e collaborazioni tra il comparto agroalimentare e vitivinicolo italiano e il mondo della cultura. Sono convinto che questo comparto produttivo, che è impegnato in grandi sfide internazionali, necessita, soprattutto in questo momento, di risposte e idee nuove, sia sul piano della tutela che della valorizzazione dell'identità culturale di cui è straordinario portavoce nel mondo. E sono orgoglioso di poter affermare che, per realizzare la loro missione, oggi più che mai i nostri produttori di cibo e vino possono contare sull'accoglienza tributata loro da parte della comunità culturale italiana, raccolta intorno al portale Treccani.it, a opere come l'Atlante **Qualivita-Treccani** 2020 e, non ultima per importanza, la rete commerciale Treccani che, anche in questi mesi così difficili, ha continuato a portare il valore delle IG nelle case degli italiani.

Paolo De Castro-Parlamentare Europeo e presidente del Comitato scientifico di Qualivita

Il successo straordinario riscosso con la pubblicazione l'anno scorso dell'Atlante **Qualivita** Treccani dimostra il crescente peso specifico del binomio gastronomia-cultura, in un'Italia che è patria e culla di tradizioni alimentari riconosciute nel mondo; un binomio che è parte integrante del nostro Paese. E questa identità è una distintività che si traduce in un vantaggio commerciale e di mercato. Per questo l'accordo per la valorizzazione del sistema agroalimentare di qualità, con la partnership fra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, Origin Italia e Treccani, rappresenta un'ulteriore occasione per promuovere in senso lato la cultura italiana.

Manlio Di Stefano-Sotto Segretario Ministero degli Esteri

L'agroalimentare rappresenta la prima filiera dell'economia italiana, con 538 miliardi di euro di fatturato, pari al 25% del Pil nazionale, e il secondo comparto per volumi di export, con 44,6 miliardi di euro. Questi risultati sono raggiunti anche grazie a una produzione che mette l'accento sulle specificità del nostro territorio e fa della qualità la propria bandiera: la qualità e la comunicazione della qualità, di cui voi vi fate costantemente carico. Iniziative come "i capolavori a denominazione di origine" sono preziose e ricevono per questo tutto il nostro plauso perché sono espressione di quello che anche noi auspichiamo da tempo e proporre sempre di più: fare sistema.

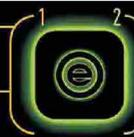
Teresa Bellanova-Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali

Il sistema delle Indicazioni geografiche è uno snodo strategico delle politiche di sviluppo agroalimentare del Paese. Conferma il legame indissolubile tra cibo e territorio e mette in

campo un'economia straordinaria, punto di riferimento della nostra filiera agroalimentare e della nuova agricoltura che siamo impegnati a costruire. Il patto e l'alleanza che oggi cinque realtà importanti stringono per promuovere questo sistema nel mondo, non può che essere accolto come una ottima notizia, perché sottolinea quanto sia importante fare ed essere sistema nel posizionamento globale, per parlare di più e meglio ai cittadini consumatori. Il made in Italy parla al mondo così: cibo di eccellenza, territori di grande bellezza, cultura enogastronomica, distribuzione di qualità. Un biglietto da visita che ci rende forti anche in questo momento difficile, spingendoci ancora di più a sostenere e valorizzare questo patrimonio così unico, frutto del lavoro e dell'impegno di tantissime donne e uomini a cui va il nostro grazie.

L'articolo I capolavori a denominazione di origine. Eataly, Federdoc, **Qualivita**, Origin Italia e Treccani per il rilancio del made in Italy. Gli interventi provengono da Agricolae .

[I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE. EATALY, FEDERDOC, **QUALIVITA**, ORIGIN ITALIA E TRECCANI PER I]



Home > Rubriche > Italia top > I capolavori a denominazione di origine. Eataly, Federdoc, Qualivita, orlGin Italia e...

Rubriche Italia top

I capolavori a denominazione di origine. Eataly, Federdoc, Qualivita, orlGin Italia e Treccani per il rilancio del made in Italy

di Agricultura.it - ROMA 27 Ottobre 2020



Il grande patrimonio culturale di Treccani, il sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche della Fondazione Qualivita, la capacità di Eataly di creare un dialogo con i consumatori su scala globale e la rappresentanza istituzionale del mondo dei Consorzi di Tutela Federdoc e orlGin Italia: è questa la sintesi della nuova



CERCA SU AGRICULTURA.IT

Cerca

ULTIME NOTIZIE



I capolavori a denominazione di origine. Eataly,...

ITALIA TOP 27 Ottobre 2020



Etichettatura. NutrInform Battery: firmato il decreto che...

DAI CAMPI 27 Ottobre 2020



Vino. Più qualità che quantità: la vendemmia...

VINO 27 Ottobre 2020



Una nuova proteina alternativa ai prodotti fitosanitari...

VINO 27 Ottobre 2020



Colpo di grazia all'alimentare italiano da nuovo...

DAI CAMPI 27 Ottobre 2020

intesa per promuovere il Made in Italy agroalimentare nel mondo.

Un nuovo progetto che vuole promuovere l'Italia a partire dalla cultura enogastronomica attraverso una nuova strada in grado di raggiungere i consumatori globali con informazioni, contenuti e modalità più efficaci che consentano percorsi di conoscenza delle produzioni DOP IGP e dei territori.

Con la prima iniziativa progettuale dal titolo "I capolavori a denominazioni di origine" sono messe in evidenza non solo qualità e caratteristiche organolettiche uniche, ma anche capacità di cristallizzare nella memoria e nella cultura, la storia, i simboli, le arti, la letteratura e molte altre attività del sapere e del saper fare.



EIMA INTERNATIONAL cambia data e raddoppia

The Digital Preview 11/15 novembre / November 2020

The Event Bologna 3/7 febbraio / February 2021

 **EIMA** 2021
 international
 A GREAT EIMA, AS USUAL

IL MATERIALE INFORMATIVO ([link](#))

All'interno degli store italiani di Eataly è possibile fruire del racconto sull'eredità culturale dei prodotti attraverso grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un manuale contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi DOP IGP, e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti DOP IGP.

Informazione pubblicitaria



TAGS [dop igp](#) [eataly](#) [federdoc](#) [in evidenza](#) [ORIGINITALIA](#) [qualivita](#) [Treccani](#)



Articolo precedente

Etichettatura. NutrInform Battery: firmato il decreto che introduce il logo del modello italiano

 **Agricoltura.it**
<http://www.agricultura.it>
 Le news dal mondo dell'agricoltura, informazioni dal produttore al consumatore...e poi, normative, curiosità, appuntamenti enogastronomici e itinerari all'aria aperta.

ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE

Ti informiamo che, per migliorare la tua esperienza di navigazione questo sito utilizza dei cookie. In particolare il sito utilizza cookie tecnici e cookie di terze parti che consentono a queste ultime di accedere a dati personali raccolti durante la navigazione. Per maggiori informazioni consulta [l'informativa estesa](#) ai sensi dell'art. 13 del Codice della privacy. L'utente è consapevole che, proseguendo nella navigazione del sito web, accetta l'utilizzo dei cookie.

ACCETTO

[Home](#) » [Agronews](#) » "I capolavori a denominazione di origine", al via iniziativa su oltre 830 denominazioni italiane

cerca nel sito

AGRONNEWS

A A |

"I capolavori a denominazione di origine", al via iniziativa su oltre 830 denominazioni italiane



"I capolavori a denominazione di origine": è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra **Eataly**, **Federdoc**, **Fondazione Qualivita**, **origIn Italia**, e **Treccani**, che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo Dop Igp.

Un'opportunità- spiega una nota- all'interno degli store italiani di Eataly, realizzata attraverso numerosi materiali di comunicazione originali. **Il racconto sull'eredità**

culturale dei prodotti è fruibile grazie a grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un "manuale" contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi Dop Igp e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti Dop Igp.

Un percorso divulgativo che **va dalle caratteristiche organolettiche dei prodotti, agli elementi di tracciabilità e sicurezza alimentare, fino a toccare alcuni di quegli elementi storici e culturali** a cui prodotti agroalimentari e vitivinicoli si sono legati nel tempo: monumenti, opere letterarie, personaggi storici, caratteristiche dell'ambiente e del territorio. Attraverso la galleria esposta tra gli scaffali di Eataly, i consumatori sono accompagnati con **immagini e testi, alla scoperta del "Dna culturale"** delle Indicazioni Geografiche italiane.

Sui capolavori a denominazione d'origine ci saranno informazioni che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antenato dell'olio Toscano Igp al ruolo del Barolo Dop nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna,

Multimedia



VIDEO

Tg Agricoltura. Edizione 4 luglio



FOTO

Cristina Cattaneo e Daniela Gazzini, sesto centro professionale. Aprono Le Serre - Botanical Garden Restaurant



VIDEO

Tg Agricoltura. Edizione 27 giugno

Fiere & Appuntamenti

Festival

Manifestazioni, Incontri e Sagre enogastronomiche

Saloni del Gusto e dell'Agricoltura

Pubblica il tuo Evento

Suggerisci i tuoi appuntamenti enogastronomici, gli incontri tecnici e i meeting di settore. La redazione in tempi di valutazione brevi pubblicherà la proposta inviata. Grazie per la collaborazione

[Proponici](#)

patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte Dop e dei vini Etna Dop

Attraverso l'utilizzo di Qr-code visibile sulle etichette dei prodotti a scaffale l'iniziativa apre percorsi di conoscenza sulle produzioni e sui territori e rende accessibili "schede prodotto" multimediali, pubblicate sulla piattaforma qualigeo.eu, con le principali informazioni sulle denominazioni come metodo di lavorazione, storia, normative, caratteristiche nutrizionali e organolettiche.

L'iniziativa parte dall'Italia per coinvolgere progressivamente **gli altri store di Eataly presenti in oltre 15 paesi nel mondo.**

27/10/2020

[» ARCHIVIO DI AGRONEWS](#)

Sei un utente registrato?

Per poter inserire un commento devi essere un utente registrato a AgroAlimentareNews.com. Se sei registrato inserisci Username e Password. Se non sei registrato [REGISTRATI ORA](#).

Username

Password

INVIA

POST@ PRIORITYARIA



I VOSTRI MESSAGGI

LE LETTERE

[Inviaci la tua lettera](#)

Aziende Agroalimentari

- † Antiche Terre Pacella

Organizzazioni Agricole

- † Cia-Confederazione Italiana Agricoltori
- † Coldiretti
- † Confagricoltura
- † Copagri
- † Fedagri-Confcooperative

Istituzionali

- † Agea-Agenzia Per Le Erogazioni In Agricoltura
- † Ministero Per Le Politiche Agricole (Mipaaf)
- † Oiga-Osservatorio Per L'imprenditorialità Giovanile In Agricoltura
- † Rete Rurale Nazionale
- † Sistema Informativo Per Lo Sviluppo Dell'agricoltura
- † Sstema Informativo Agricolo Nazionale

Enti di Ricerca

- † Crea--Consiglio-Per-La-Ricerca In Agricoltura-E-L'analisi Dell'economia Agraria
- † Isa-Istituto Sviluppo Agroalimentare
- † Ismea-Istituto Di Servizi Per Il Mercato Agricolo Alimentare

AGROALIMENTARENEWS - quotidiano online d'informazione agricola ed agroalimentare. Tribunale di Roma n.178 del 26 maggio 2009. Note Legali: alcune foto pubblicate dalla testata sono state prese da Internet e quindi valutate di pubblico dominio. Per chiedere la rimozione delle immagini scrivere a redazione@agroalimentarenews.com Copyright 2020 | [Cookie Policy](#) | [Contatti](#) | [Disclaimer](#) | [Note Legali](#) - [Privacy](#) | [Credits](#)

ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE

(ANSA) - ROMA, 27 OTT - "I capolavori a denominazione di origine": è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGIn Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo Dop e Igp. Arrivano nei punti vendita italiani di Eataly grandi pannelli illustrati, mentre un "manuale" evidenzia l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, insieme a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi Dop Igp e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti certificati. Immagini e testi alla scoperta del "Dna culturale" delle Indicazioni Geografiche italiane e curiosità che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antenateo dell'olio Toscano Igp al ruolo del Barolo Dop nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte Dop e dei vini Etna Dop. "Iniziativa come "i capolavori a denominazione di origine" sono preziose e ricevono per questo tutto il nostro plauso perché sono espressione di quello che anche noi auspichiamo da tempo e proporre sempre di più: fare sistema" osserva Manlio Di Stefano sottosegretario agli Esteri, nel ricordare che l'agroalimentare rappresenta la prima filiera dell'economia italiana, con 538 miliardi di euro di fatturato, pari al 25% del Pil nazionale, e il secondo comparto per volumi di export, con 44,6 miliardi di euro. Per il ministro delle Politiche agricole Teresa Bellanova "il patto e l'alleanza che oggi cinque realtà importanti stringono per promuovere questo sistema nel mondo, non può che essere accolto come una ottima notizia, perché sottolinea quanto sia importante fare ed essere sistema nel posizionamento globale, per parlare di più e meglio ai cittadini consumatori. Il made in Italy parla al mondo così: cibo di eccellenza, territori di grande bellezza, cultura enogastronomica, distribuzione di qualità". "Il racconto del Made in Italy di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly" rimarca Nicola Farinetti, amministratore delegato Eataly. Con l'iniziativa "I capolavori a denominazione di origine", si sancisce "un'alleanza strategica per rilanciare l'immagine del Made in Italy agroalimentare e vitivinicolo di qualità in Italia e all'estero. Un progetto ambizioso, frutto di una collaborazione sinergica quanto mai necessaria nel comparto eno-agroalimentare nazionale, che intende valorizzare e mettere a sistema gli elementi fondanti di un patrimonio culturale unico al mondo" sottolinea Riccardo Ricci Curbastro, presidente Federdoc. "Sono convinto che questo comparto produttivo, che è impegnato in grandi sfide internazionali, necessiti, soprattutto in questo momento, di risposte e idee nuove, sia sul piano della tutela che della valorizzazione dell'identità culturale di cui è straordinario portavoce nel mondo" conclude Massimo Bray, direttore generale Treccani. (ANSA).

[ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE]

ANSA.it > Terra&Gusto > Prodotti Tipici > Italia riparte con I capolavori della cultura agroalimentare

Italia riparte con I capolavori della cultura agroalimentare

Iniziativa Eataly, Federdoc, **Qualivita**, oriGIn Italia e Treccani



Redazione ANSA ROMA 27 ottobre 2020 20:19

 Scrivi alla redazione  Stampa



"I capolavori a denominazione di origine": iniziativa Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGIn Italia, e Treccani © ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE 

- "I capolavori a denominazione di origine": è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGIn Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo Dop e Igp.

Arrivano nei punti vendita italiani di Eataly grandi pannelli illustrati, mentre un "manuale" evidenzia l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, insieme a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi Dop Igp e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti certificati.

Immagini e testi alla scoperta del "Dna culturale" delle Indicazioni Geografiche italiane e curiosità che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antenate dell'olio Toscano Igp al ruolo del Barolo Dop nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte Dop e dei vini Etna Dop.

"Iniziative come "i capolavori a denominazione di origine" sono preziose e ricevono

DALLA HOME TERRA&GUSTO



Gualtieri, a ristoranti e teatri almeno 5.173 euro
Istituzioni



McDonald's, ogni giorno menu con Dop per 1 milione italiani
Prodotti Tipici



Italia riparte con I capolavori della cultura agroalimentare
Prodotti Tipici



Ristorante stellato, Dpcm insensato, è un bagno di sangue
Business



Colazione a domicilio, gli ordini aumentano del +70%
In breve

AgriUE

vai alla rubrica

Territori rurali, al via il congresso nazionale dei Gal

Economia



per questo tutto il nostro plauso perché sono espressione di quello che anche noi auspichiamo da tempo e proporre sempre di più: fare sistema" osserva Manlio Di Stefano sottosegretario agli Esteri, nel ricordare che l'agroalimentare rappresenta la prima filiera dell'economia italiana, con 538 miliardi di euro di fatturato, pari al 25% del Pil nazionale, e il secondo comparto per volumi di export, con 44,6 miliardi di euro.

Per il ministro delle Politiche agricole Teresa Bellanova "il patto e l'alleanza che oggi cinque realtà importanti stringono per promuovere questo sistema nel mondo, non può che essere accolto come una ottima notizia, perché sottolinea quanto sia importante fare ed essere sistema nel posizionamento globale, per parlare di più e meglio ai cittadini consumatori. Il made in Italy parla al mondo così: cibo di eccellenza, territori di grande bellezza, cultura enogastronomica, distribuzione di qualità".

"Il racconto del Made in Italy di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly" rimarca Nicola Farinetti, amministratore delegato Eataly.

Con l'iniziativa "I capolavori a denominazione di origine", si sancisce "un'alleanza strategica per rilanciare l'immagine del Made in Italy agroalimentare e vitivinicolo di qualità in Italia e all'estero. Un progetto ambizioso, frutto di una collaborazione sinergica quanto mai necessaria nel comparto eno-agroalimentare nazionale, che intende valorizzare e mettere a sistema gli elementi fondanti di un patrimonio culturale unico al mondo" sottolinea Riccardo Ricci Curbastro, presidente Federdoc.

"Sono convinto che questo comparto produttivo, che è impegnato in grandi sfide internazionali, necessità, soprattutto in questo momento, di risposte e idee nuove, sia sul piano della tutela che della valorizzazione dell'identità culturale di cui è straordinario portavoce nel mondo" conclude Massimo Bray, direttore generale Treccani.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA.

Associate

✦ **McDonald's, ogni giorno menu con Dop per 1 milione italiani**



Scrivi alla redazione Stampa

Alimentare: via libera a Nutriscore al Bundesrat in Germania

Alimentazione



Sicilia e Puglia al top in Ue per terreni con colture bio

Territori e Bandi



Nutriscore: Italia e altri sei paesi, escludere Dop e Igp

Alimentazione



informazione pubblicitaria

Adesso è possibile

Metti qui la tua Attività, nei Primi Posti dei motori di ricerca

[primiposti.it](#)[VISITA IL SITO](#)[ANSA.it](#) · [Terra&Gusto](#) · [Prodotti Tipici](#) · Italia riparte con i capolavori della cultura agroalimentare

Italia riparte con i capolavori della cultura agroalimentare

Iniziativa Eataly, Federdoc, [Qualivita](#), oriGin Italia e Treccani



Redazione ANSA ROMA 27 ottobre 2020 20:19

[Scrivi alla redazione](#) [Stampa](#)

informazione pubblicitaria



"I capolavori a denominazione di origine": iniziativa Eataly, Federdoc, Fondazione [Qualivita](#), oriGin Italia, e Treccani - RIPRODUZIONE RISERVATA

[CLICCA PER INGRANDIRE](#)

- "I capolavori a denominazione di origine": è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione [Qualivita](#), oriGin Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo Dop e Igp.

Arrivano nei punti vendita italiani di Eataly grandi pannelli illustrati, mentre un "manuale" evidenzia l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, insieme a una brochure

[DALLA HOME TERRA&GUSTO](#)

I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE PRESENTATA IN DIGITALE L'INIZIATIVA EATALY, FEDERDOC, QUALIV

“I capolavori a denominazione di origine ”: è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly Federdoc Fondazione **Qualivita**, oriGIn Italia , e Treccani , che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP. Un'opportunità all'interno degli store italiani di Eataly, realizzata attraverso numerosi materiali di comunicazione originali. Il racconto sull'eredità culturale dei prodotti è fruibile grazie a grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un “manuale” contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi DOP

Advertisements [\[I CAPOLAVORI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE PRESENTATA IN DIGITALE L'INIZIATIVA EATALY, FEDERDOC, QUALIV \]](https://adserver.corrierequotidiano.it/www/delivery/ck.php?n=a1e4debe&cb={random})

Questo sito contribuisce alla audience di **Il Messaggero.it**

27 Ottobre 2020

FUNWEEK LOLNEWS REVENews EVOLVE ROMA

XAOS Editore Redazione

**funweek**

CULTURE MAGAZINE

**Hot trend**

NEWS | EVENTI ROMA | OGGI | WEEKEND | DOMANI | MORE | EVENTI GRATIS | WEEKEND | EVENTI ROMA | EVENTI OGGI

Home » Roma » I capolavori a denominazione di origine

I capolavori a denominazione di origine

“I capolavori a denominazione di origine” Presentata in digitale l’iniziativa Eataly, Federdoc, **Qualivita**, orIGin Italia e Treccani per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli [...]

Annarita Canalella - 27/10/2020 18:49

Condividi su Facebook



“I capolavori a denominazione di origine”

Presentata in digitale l’iniziativa Eataly, Federdoc, **Qualivita**, orIGin Italia e Treccani per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP

“I capolavori a denominazione di origine”: è questa la prima iniziativa nata dall’accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGIn Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un **modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP.**

Un’opportunità all’interno degli store italiani di Eataly, realizzata attraverso numerosi materiali di comunicazione originali. Il racconto sull’eredità culturale dei prodotti è fruibile grazie a grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un “manuale” contenente l’elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all’approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi DOP IGP e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti DOP IGP. Un percorso divulgativo che va dalle caratteristiche organolettiche dei prodotti, agli elementi di tracciabilità e sicurezza alimentare, fino a toccare alcuni di quegli elementi storici e culturali a cui prodotti agroalimentari e vitivinicoli si sono legati nel tempo: monumenti, opere letterarie, personaggi storici, caratteristiche dell’ambiente e del territorio. Attraverso la galleria esposta tra gli scaffali di Eataly, i consumatori sono accompagnati con immagini e testi, alla scoperta del “DNA culturale” delle Indicazioni Geografiche italiane.

Sui capolavori a denominazione d’origine ci saranno informazioni che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell’antenato dell’olio Toscano IGP al ruolo del Barolo DOP nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell’Etna, patrimonio dell’Umanità UNESCO dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte



I più visti della settimana



GF Vip, svelato cachet di Elisabetta Gregoraci: quanto ha guadagnato f...



Temptation Island, il gesto di Speranza per Alberto dopo il programma: 'Si è ...



Nina Moric pubblica audio di Carlos dopo Non è la D'Urso: 'Perché te ne sei andato ...



GF Vip, Signorini e la gaffe sul televoto: svela in anteprima chi uscirà dalla casa ...



Patrizia de Blanck lancia una bottiglia contro Tommaso Zorzi: sarà squalificat ...

Ann.



ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE

first-letter-small "

- "I capolavori a denominazione di origine": è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGIn Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo Dop e Igp. Arrivano nei punti vendita italiani di Eataly grandi pannelli illustrati, mentre un "manuale" evidenzia l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, insieme a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi Dop Igp e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti certificati. Immagini e testi alla scoperta del "Dna culturale" delle Indicazioni Geografiche italiane e curiosità che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antenato dell'olio Toscano Igp al ruolo del Barolo Dop nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte Dop e dei vini Etna Dop. "Iniziative come "i capolavori a denominazione di origine" sono preziose e ricevono per questo tutto il nostro plauso perché sono espressione di quello che anche noi auspichiamo da tempo e proporre sempre di più: fare sistema" osserva Manlio Di Stefano sottosegretario agli Esteri, nel ricordare che l'agroalimentare rappresenta la prima filiera dell'economia italiana, con 538 miliardi di euro di fatturato, pari al 25% del Pil nazionale, e il secondo comparto per volumi di export, con 44,6 miliardi di euro. Per il ministro delle Politiche agricole Teresa Bellanova "il patto e l'alleanza che oggi cinque realtà importanti stringono per promuovere questo sistema nel mondo, non può che essere accolto come una ottima notizia, perché sottolinea quanto sia importante fare ed essere sistema nel posizionamento globale, per parlare di più e meglio ai cittadini consumatori. Il made in Italy parla al mondo così: cibo di eccellenza, territori di grande bellezza, cultura enogastronomica, distribuzione di qualità". "Il racconto del Made in Italy di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly" rimarca Nicola Farinetti, amministratore delegato Eataly. Con l'iniziativa "I capolavori a denominazione di origine", si sancisce "un'alleanza strategica per rilanciare l'immagine del Made in Italy agroalimentare e vitivinicolo di qualità in Italia e all'estero. Un progetto ambizioso, frutto di una collaborazione sinergica quanto mai necessaria nel comparto eno-agroalimentare nazionale, che intende valorizzare e mettere a sistema gli elementi fondanti di un patrimonio culturale unico al mondo" sottolinea Riccardo Ricci Curbastro, presidente Federdoc. "Sono convinto che questo comparto produttivo, che è impegnato in grandi sfide internazionali, necessiti, soprattutto in questo momento, di risposte e idee nuove, sia sul piano della tutela che della valorizzazione dell'identità culturale di cui è straordinario portavoce nel mondo" conclude Massimo Bray, direttore generale Treccani. (ANSA).

[ITALIA RIPARTE CON I CAPOLAVORI DELLA CULTURA AGROALIMENTARE]



Home >> News >> "I capolavori a denominazione di origine"



News



"I capolavori a denominazione di origine"

27/10/2020

Presentata in digitale l'iniziativa Eataly, Federdoc, **Qualivita**, oriGin Italia e Treccani per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli DOP IGP

"I capolavori a denominazione di origine": è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGin Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo DOP IGP.

Un'opportunità all'interno degli store italiani di Eataly, realizzata attraverso numerosi materiali di comunicazione originali. Il racconto sull'eredità culturale dei prodotti è fruibile grazie a grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un "manuale" contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi DOP IGP e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti DOP IGP.

Un percorso divulgativo che va dalle caratteristiche organolettiche dei prodotti, agli elementi di tracciabilità e sicurezza alimentare, fino a toccare alcuni di quegli elementi storici e culturali a cui prodotti agroalimentari e vitivinicoli si sono legati nel tempo: monumenti, opere letterarie, personaggi storici, caratteristiche dell'ambiente e del territorio.

Attraverso la galleria esposta tra gli scaffali di Eataly, i consumatori sono accompagnati con immagini e testi, alla scoperta del "DNA culturale" delle Indicazioni Geografiche italiane. Sui capolavori a denominazione d'origine ci saranno informazioni che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antenato dell'olio Toscano IGP al ruolo del Barolo DOP nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità UNESCO dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte DOP e dei vini Etna DOP.

Attraverso l'utilizzo di QR-code ben visibile sulle etichette dei prodotti a scaffale l'iniziativa apre percorsi di conoscenza sulle produzioni e sui territori e rende accessibili approfondite "schede prodotto" multimediali, pubblicate sulla piattaforma qualigeo.eu, con le principali informazioni sulle denominazioni come metodo di lavorazione, storia, normative, caratteristiche nutrizionali e organolettiche.

"I capolavori a denominazione di origine" offrono una possibilità di approfondimento a trecentosessanta gradi che, in linea con la nuova strategia europea del "Farm to Fork" ambisce a un consumatore consapevole interessato a etichette intelligenti e materiali informativi di qualità. Un'iniziativa che parte dall'Italia per coinvolgere progressivamente gli altri store di Eataly presenti in oltre 15 paesi nel mondo.



INDIETRO

INGRANDISCI

Questo sito consente l'invio di cookie di **terze parti**.
 Se acconsenti all'uso dei cookie fai click su OK, se vuoi saperne di più o negare il consenso ai cookie [vai alla pagina informativa](#) **OK**

Italiano | Français



Regione autonoma Valle d'Aosta

Posta certificata | Intranet | Contatti

- LA REGIONE
- CANALI TEMATICI
- SERVIZI
- AVVISI E DOCUMENTI
- OPPORTUNITÀ DALLE SOCIETÀ PARTECIPATE



ENHANCED BY Google

NOTIZIE DEL GIORNO

Archivio notizie

Link

Italia riparte con I capolavori della cultura agroalimentare

Iniziativa Eataly, Federdoc, **Qualivita**, oriGin Italia e Treccani

19:52 - 27/10/2020

Stampa



(ANSA) - ROMA, 27 OTT - "I capolavori a denominazione di origine": è questa la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, oriGin Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo Dop e Igp. Arrivano nei punti vendita italiani di Eataly grandi pannelli illustrati, mentre un "manuale" evidenzia l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, insieme a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi

Dop Igp e a etichette dotate di QR-code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti certificati. Immagini e testi alla scoperta del "Dna culturale" delle Indicazioni Geografiche italiane e curiosità che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antenato dell'olio Toscano Igp al ruolo del Barolo Dop nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte Dop e dei vini Etna Dop. "Iniziativa come "i capolavori a denominazione di origine" sono preziose e ricevono per questo tutto il nostro plauso perché sono espressione di quello che anche noi auspichiamo da tempo e proporre sempre di più: fare sistema" osserva Manlio Di Stefano sottosegretario agli Esteri, nel ricordare che l'agroalimentare rappresenta la prima filiera dell'economia italiana, con 538 miliardi di euro di fatturato, pari al 25% del Pil nazionale, e il secondo comparto per volumi di export, con 44,6 miliardi di euro. Per il ministro delle Politiche agricole Teresa Bellanova "il patto e l'alleanza che oggi cinque realtà importanti stringono per promuovere questo sistema nel mondo, non può che essere accolto come una ottima notizia, perché sottolinea quanto sia importante fare ed essere sistema nel posizionamento globale, per parlare di più e meglio ai cittadini consumatori. Il made in Italy parla al mondo così: cibo di eccellenza, territori di grande bellezza, cultura enogastronomica, distribuzione di qualità". "Il racconto del Made in Italy di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly" rimarca Nicola Farinetti, amministratore delegato Eataly. Con l'iniziativa "I capolavori a denominazione di origine", si sancisce "un'alleanza strategica per rilanciare l'immagine del Made in Italy agroalimentare e vitivinicolo di qualità in Italia e all'estero. Un progetto ambizioso, frutto di una collaborazione sinergica quanto mai necessaria nel comparto eno-agroalimentare nazionale, che intende valorizzare e mettere a sistema gli elementi fondanti di un patrimonio culturale unico al mondo" sottolinea Riccardo Ricci Curbastro, presidente Federdoc. "Sono convinto che questo comparto produttivo, che è impegnato in grandi sfide internazionali, necessita, soprattutto in questo momento, di risposte e idee nuove, sia sul piano della tutela che della valorizzazione dell'identità culturale di cui è straordinario portavoce nel mondo" conclude Massimo Bray, direttore generale Treccani. (ANSA).

LA REGIONE

- Amministrazione
- Amministrazione trasparente
- Comitato Unico di Garanzia
- Archivio deliberazioni
- Elezioni
- Mappa Amministrazione
- Archivio provvedimenti dirigenziali
- Rapporti istituzionali

CANALI TEMATICI

- Affari legislativi e aiuti di Stato
- Agricoltura
- Artigianato di tradizione
- Bilancio, finanze e patrimonio
- Contratti pubblici, Programmazione e Osservatorio
- Cooperazione allo sviluppo
- Corpo Forestale della Valle d'Aosta

SERVIZI

- Meteo in Valle d'Aosta
- NUVV - Valutazione e verifica degli investimenti pubblici
- Opere pubbliche
- Politiche giovanili
- Politiche sociali
- Portale imprese industriali e artigiane
- Protezione civile

SERVIZI

- Agevolazioni Trasporti studenti universitari
- Biblioteche
- Biglietteria online Castelli
- Comitato Regionale Relazioni Sindacali (CRRS)
- Consigliera di Parità
- Giudice di pace
- Inflazione e prezzi al consumo

AVVISI E DOCUMENTI

- Albo notiziario
- Avvisi demanio idrico
- Avvisi di incarico
- Bandi e avvisi
- Bollettino ufficiale
- Concorsi
- Elenchi di operatori economici
- Espropri

ITALIA

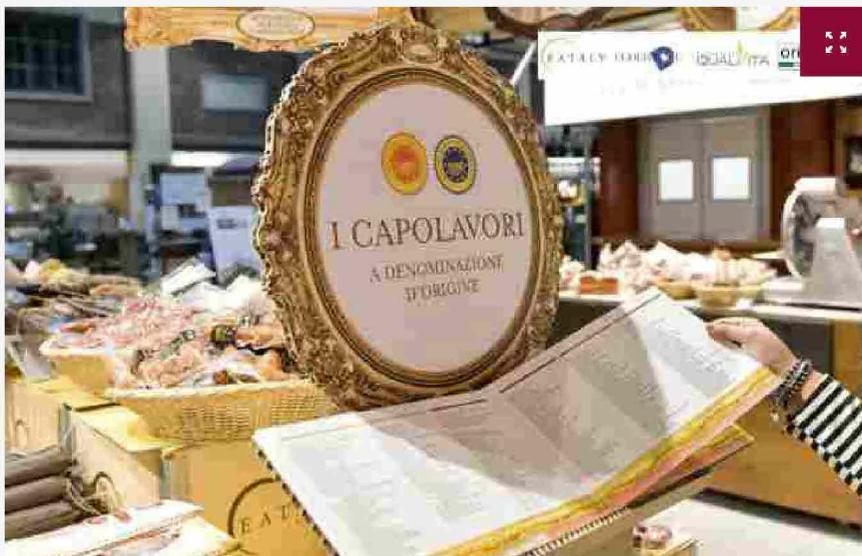
HOME > ITALIA

PROMOZIONE DEI TERRITORI

Raccontare qualità, cultura e storia del made in Italy: "I capolavori a denominazione di origine"

Progetto crossmediale che vede insieme Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, Origin Italia, e Treccani. Oggi in Italia, domani nel mondo

ROMA, 27 OTTOBRE 2020, ORE 19:16



Raccontare qualità, cultura e storia del made in Italy: "I capolavori a denominazione di origine"

I prodotti enogastronomici dell'Italia, legatissimi ai loro territori di origine, sono dei veri e propri capolavori, che quando arrivano in tavola o nel calice, vivono solo l'ultimo passo di un percorso lungo fatto di storia, tradizione, innovazione, sapienza, cultura, lavoro e conoscenza, ingredienti che hanno dato forma a tanti territori d'Italia, dal punto di vista anche economico e sociale, per come li conosciamo oggi. Un patrimonio enorme da trasferire al consumatore, anche attraverso la tecnologia,

perchè solo con la conoscenza approfondita dei valori che un prodotto rappresenta, è possibile non solo scegliere, ma anche apprezzare a pieno il prodotto stesso, summa di una filiera. **È da questa riflessione che nasce “I capolavori a denominazione di origine”, la prima iniziativa nata dall'accordo tra Eataly, Federdoc, Fondazione Qualivita, oriGIn Italia, e Treccani, che propone ai consumatori un modello di informazione completo sulle oltre 830 denominazioni italiane del settore agroalimentare e vitivinicolo Dop e Igp. Un'opportunità negli store italiani di Eataly, realizzata attraverso numerosi materiali di comunicazione originali, ma che già punta al mondo, anche attraverso le ambasciate. Il racconto sull'eredità culturale dei prodotti è fruibile grazie a grandi pannelli illustrati, mentre gli aspetti più attuali sulle produzioni sono affidati a un “manuale” contenente l'elenco aggiornato delle denominazioni italiane, a una brochure dedicata all'approfondimento sulle produzioni di qualità europee e sul significato dei marchi Dop e Igp, ed a etichette dotate di Qr-Code presenti sugli scaffali che accolgono i prodotti. Un percorso divulgativo che va dalle caratteristiche organolettiche dei prodotti, agli elementi di tracciabilità e sicurezza alimentare, fino a toccare alcuni di quegli elementi storici e culturali a cui prodotti agroalimentari e vitivinicoli si sono legati nel tempo: monumenti, opere letterarie, personaggi storici, caratteristiche dell'ambiente e del territorio. Attraverso la galleria esposta tra gli scaffali di Eataly, i consumatori sono accompagnati con immagini e testi, alla scoperta del “Dna culturale” delle Indicazioni Geografiche Italiane.**

Sui capolavori a denominazione d'origine ci saranno informazioni che vanno dal geniale macchinario inventato da Leonardo da Vinci per la trasformazione dell'antenato dell'olio Toscano Igp al ruolo del Barolo Dop nella rete diplomatica di Cavour, passando per i suoli vulcanici dell'Etna, patrimonio dell'Umanità Unesco dal 2013, e fattore vitale per la nascita del Pistacchio Verde di Bronte Dop e dei vini Etna Dop.

Un progetto, presentato oggi on line, che mette insieme il sistema di conoscenza sulle Indicazioni Geografiche della Fondazione **Qualivita**, la capacità di Eataly di creare un dialogo con i consumatori su scala globale e la rappresentanza istituzionale del mondo dei Consorzi di Tutela Federdoc e Origin Italia, per un progetto multidisciplinare e crossmediale, per aiutare il made in Italy agroalimentare non solo a superare la crisi della pandemia, ma a guardare al futuro.

“Il racconto del Made in Italy di qualità è il presupposto su cui si basa il modello di Eataly. Abbiamo creato punti vendita in grado di ospitare percorsi di approfondimento e di didattica con l'obiettivo di dare ai nostri clienti occasioni per diventare più consapevoli attraverso ogni esperienza vissuta insieme a noi.

Accogliamo questo progetto con grande soddisfazione avendo la possibilità di collaborare con i maggiori rappresentanti dei prodotti italiani Dop e Igp”, ha detto l'ad Eataly Nicola Farinetti, che ha poi aggiunto: “nel raccontare i nostri prodotti italiani nel mondo, non sempre semplici da capire, il vino è fondamentale, perchè per quanto complesso, tutti ne hanno bevuto un calice, e lo dimostra il fatto che in giro per il mondo le referenze nelle carte dei vini aumentano, i prezzi a cui viene venduto anche, ed è un ottimo segnale”.“Con l'iniziativa “I capolavori a denominazione di origine”, Eataly, Federdoc, oriGIn Italia, Fondazione **Qualivita** e Treccani - **ha detto Leone Massimo Zandotti (Federdoc)** - sanciscono un'alleanza

strategica che si propone di rilanciare l'immagine del Made in Italy agroalimentare e vitivinicolo di qualità in Italia e all'estero, attraverso una suggestiva e innovativa narrazione dei prodotti Dop-Igp e dei rispettivi territori d'origine. Un progetto ambizioso, frutto di una collaborazione sinergica quanto mai necessaria nel comparto eno-agroalimentare nazionale, che intende valorizzare e mettere a sistema gli elementi fondanti di un patrimonio culturale unico al mondo".

"Questa iniziativa - **ha aggiunto Cesare Mazzetti, presidente Qualivita** - rappresenta un grande valore per la Fondazione **Qualivita** che celebra proprio in questi giorni l'anniversario dei 20 anni di attività a sostegno del settore Dop Igp. Abbiamo sempre creduto che le Indicazioni Geografiche del Paese rappresentino non solo la tradizione ma anche la l'identità culturale dei territori; per questo motivo è importante accompagnare la valorizzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli Dop Igp con una informazione approfondita in modo da esaltare tutti gli aspetti caratterizzano questo patrimonio collettivo. Siamo soddisfatti di avere messo insieme per la prima volta gli attori principali per affrontare insieme in una maniera innovativa anche la promozione internazionale del made in Italy dove la cultura del cibo rappresenta un vero e proprio valore aggiunto anche per le imprese".

"Oggi che le sfide sono più che mai planetarie, è necessario che il sistema agroalimentare delle eccellenze italiane con particolare riferimento a quelle a Indicazione Geografica, tutelate dai marchi di qualità europei Dop e Igp, faccia sinergia e parli ad una sola voce in termini di promozione e valorizzazione di un patrimonio che non è solo agricolo ma anche e soprattutto culturale. Come rappresentanti istituzionali del mondo dei Consorzi - **ha detto Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia** - abbiamo una doppia responsabilità nei confronti delle imprese del comparto e dei cittadini, consumatori. Come attori della filiera produttiva abbiamo l'obbligo di mettere in campo tutte le azioni perché le nostre imprese possano continuare a produrre e a competere nei mercati nazionali e internazionali; come custodi di questa straordinaria eredità culturale, abbiamo il dovere di farci portavoce di un patrimonio storico e culturale di eccellenze unico al mondo".

"I capolavori a denominazione di origine" vuole stimolare un pubblico sempre più numeroso - **ha aggiunto Massimo Bray, dg Treccani** - alla scoperta e all'apprezzamento di sinergie e collaborazioni tra il comparto agroalimentare e vitivinicolo italiano e il mondo della cultura. Sono convinto che questo comparto produttivo, che è impegnato in grandi sfide internazionali, necessiti, soprattutto in questo momento, di risposte e idee nuove, sia sul piano della tutela che della valorizzazione dell'identità culturale di cui è straordinario portavoce nel mondo. E sono orgoglioso di poter affermare che, per realizzare la loro missione, oggi più che mai i nostri produttori di cibo e vino possono contare sull'accoglienza tributata loro da parte della comunità culturale italiana, raccolta intorno al portale Treccani.it, a opere come l'Atlante QualivitaTreccani 2020 e, non ultima per importanza, la rete commerciale Treccani che, anche in questi mesi così difficili, ha continuato a portare il valore delle Ig nelle case degli italiani".

"L'agroalimentare rappresenta la prima filiera dell'economia italiana, con 538 miliardi di euro di fatturato, pari al 25% del Pil nazionale, e il secondo comparto per volumi di export, con 44,6 miliardi di euro - **ha ricordato Manlio Di Stefano, sotto Segretario Ministero degli Esteri** - questi risultati sono raggiunti anche grazie a una produzione

che mette l'accento sulle specificità del nostro territorio e fa della qualità la propria bandiera: la qualità e la comunicazione della qualità, di cui voi vi fate costantemente carico. Iniziative come "i capolavori a denominazione di origine" sono preziose e ricevono per questo tutto il nostro plauso perché sono espressione di quello che anche noi auspichiamo da tempo e proporre sempre di più: fare sistema".

"Non posso che fare un grande in bocca al lupo a questo progetto - **ha detto Paolo De Castro, Parlamentare Europeo e presidente del CSomitato scientifico di Qualivita** - il successo straordinario riscosso con la pubblicazione l'anno scorso dell'Atlante **Qualivita** Treccani dimostra il crescente peso specifico del binomio gastronomia-cultura, in un'Italia che è patria e culla di tradizioni alimentari riconosciute nel mondo; un binomio che è parte integrante del nostro Paese. E questa identità è una distintività che si traduce in un vantaggio commerciale e di mercato. Per questo l'accordo per la valorizzazione del sistema agroalimentare di qualità, con la partnership fra Eataly, Federdoc, Fondazione **Qualivita**, Origin Italia e Treccani, rappresenta un'ulteriore occasione per promuovere in senso lato la cultura italiana".

Copyright © 2000/2020

TAG: **#FONDAZIONEQUALIVITA, #ORIGINITALIA, #STORIA #MADEINITALY, #TRECCANI #DOP, CIBO, CULTURA, EATALY, FEDERDOC, IGP, QUALITA, VINO**

ALTRI ARTICOLI

ITALIA

"Ottima in qualità, misurata in quantità": la vendemmia by Assoenologi, Ismea e Unione Italiana Vini

27 Ottobre 2020

