

## **AUTOGRILL E FONDAZIONE QUALIVITA: UN'ALLEANZA PER LE ECCELLENZE DOP E IGP**

*Il network globale di Avolta diventa vetrina per il patrimonio agroalimentare italiano con il progetto "Origini Edition". L'iniziativa, sostenuta da MASAF e FIPE, promuove il sistema dei prodotti DOP IGP e dei Consorzi di tutela attraverso la rete della mobilità.*

Roma, 10 aprile 2026 – Valorizzare le radici dei territori e proiettare l'eccellenza italiana nel mondo attraverso la forza della rete Avolta. È stata presentata oggi a Roma, presso la sede di FIPE-Confcommercio, "Origini Edition": l'iniziativa strategica firmata da Autogrill e Fondazione Qualivita che mette al centro le produzioni DOP e IGP, garantendo ai Consorzi di tutela una vetrina d'eccezione nelle principali direttrici del viaggio.

Il progetto si inserisce nel percorso di valorizzazione della Cucina Italiana, proclamata Patrimonio Immateriale dell'Umanità UNESCO, promuovendo quegli asset di qualità, tracciabilità e artigianalità che rappresentano il vantaggio competitivo del Paese a livello globale. Alla base anche la volontà di favorire una conoscenza diffusa del cibo italiano ed in particolare dei prodotti DOP IGP attraverso una offerta e una comunicazione mirata all'interno della rete Autogrill.

"Origini Edition" è un percorso di scoperta dedicato alle eccellenze certificate. Il progetto porta l'alta qualità dei territori direttamente nelle mani dei viaggiatori attraverso una selezione periodica di ricette esclusive, sviluppate in stretta collaborazione con Fondazione Qualivita e i Consorzi di Tutela. Ogni tappa vede protagonista il patrimonio agroalimentare italiano attraverso una proposta gastronomica che unisce prodotti DOP e IGP provenienti da vari territori.

L'operazione vede Autogrill - parte di Avolta, realtà globale del travel retail & FB il cui primo azionista è Edizione - consolidare il proprio ruolo di ambasciatore del Made in Italy con il supporto del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (MASAF) e di FIPE. In questo contesto, Autogrill riafferma la propria posizione di player trainante all'interno di FIPE, guidando il settore verso standard di innovazione e qualità sempre più elevati.

L'impegno verso il sistema economico nazionale è confermato dai numeri: circa il 75% degli acquisti annui di food & beverage di Autogrill avviene tramite partner commerciali e distributori basati in Italia. Ad oggi, l'offerta include oltre 60 prodotti certificati, rafforzando la visibilità dell'intero ecosistema agroalimentare nazionale.

"In Autogrill ci impegniamo a offrire ai viaggiatori prodotti radicati nei valori della nostra cultura", ha dichiarato Massimiliano Santoro, CEO Italy di Avolta. "La partnership con Qualivita trasforma l'eccellenza delle materie prime DOP e IGP in un pilastro dell'offerta. L'obiettivo è esportare gradualmente tale autenticità a livello globale: condividere lo stile di vita italiano attraverso il nostro network internazionale è un elemento chiave della strategia di Avolta".

Il progetto debutta con una collezione esclusiva che celebra l'incontro tra il Prosciutto di Carpegna DOP, la Burrata di Andria IGP e l'olio EVO Terra di Bari DOP, simboli della maestria artigianale del Centro e del Sud Italia: nasce così Carpegna 1463, il nuovo panino che esalta

questo incontro di sapori e territori. Una seconda ricetta valorizzerà il connubio tra il Capocollo di Martina Franca, la Burrata di Andria IGP e l'olio EVO Toscano IGP, mentre una terza celebrerà la Mozzarella di Gioia del Colle DOP abbinata al pesto di Basilico Genovese DOP.

Come illustrato da Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, questo lancio rappresenta un ulteriore impegno a valorizzare l'eccellenza dei produttori italiani attraverso l'introduzione di nuove referenze nel corso dell'anno, offrendo un palcoscenico unico sia ai Consorzi più consolidati sia alle realtà emergenti.

All'evento, moderato da Maddalena Fossati, Direttore La Cucina Italiana, e concluso dall'intervento del Ministro Francesco Lollobrigida, hanno partecipato: Massimiliano Santoro, CEO Italy di Avolta, Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, Direttore Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi Presidente di Origin Italia e Lino Enrico Stoppani, Presidente di FIPE-Confcommercio, che ha ribadito il ruolo centrale della ristorazione nella promozione del Sistema-Italia.

“Origini Edition è un progetto con una visione di lungo periodo, pensato per costruire una piattaforma capace di valorizzare in modo continuativo e coerente i prodotti DOP e IGP nella ristorazione da viaggio”, Mauro Rosati – Direttore Fondazione Qualivita. “Il panino rappresenta uno dei simboli più immediati e popolari della gastronomia italiana e, grazie all'impiego di ingredienti DOP e IGP, può diventare anche uno strumento di racconto dei territori, capace di orientare i viaggiatori alla scoperta delle produzioni di qualità e di rafforzarne anche l'attrattività turistica. In questo percorso, la capillarità della rete Autogrill e il ruolo di garanzia di Fondazione Qualivita e dei Consorzi di tutela offrono ai prodotti una visibilità ampia e qualificata, rivolta a un vasto pubblico diversificato.”

“Questa iniziativa rappresenta un esempio concreto e virtuoso di come la collaborazione tra imprese, istituzioni e sistema dei Consorzi di tutela possa rafforzare in modo significativo la competitività del Made in Italy. La rete della ristorazione e dei pubblici esercizi, di cui Autogrill è uno dei protagonisti più rilevanti anche a livello internazionale, si conferma un canale strategico per individuare, promuovere, raccontare e valorizzare le nostre eccellenze DOP e IGP, rendendole accessibili a milioni di viaggiatori ogni giorno”, commenta Lino Enrico Stoppani, Presidente FIPE-Confcommercio. “Attraverso progetti come ‘Origini Edition’ non solo si promuovono prodotti di altissima qualità, ma si costruisce un vero e proprio racconto dei territori, delle tradizioni e del saper fare italiano, elementi distintivi che rappresentano un vantaggio competitivo unico nel panorama globale. In questo modo contribuiamo a diffondere la cultura e l'identità della cucina italiana nel mondo, sostenendo al tempo stesso le filiere produttive, i Consorzi e le comunità locali che ne sono espressione autentica. È proprio da questa integrazione tra qualità, narrazione e rete che passa il futuro della promozione del Sistema-Italia.”