Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI**			
16	Liberta'	30/09/2026	"Piacenza 1714", la tradizione in un panino per gli Autogrill (R.Fo.)	18
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Granpaese.eu	30/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	19
	Lsdmagazine.com	30/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	20
	Oggitreviso.it	30/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante".	21
	Revenews.it	30/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze 29 Sett	23
	Revenews.it	30/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy 29 Se	25
	Revenews.it	30/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante 29 Settembre 2026 di adnkronos	28
	"24ovest.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	29
	"24ovest.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	31
	"24ovest.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	35
	247.libero.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	37
	247.libero.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	38
	247.libero.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy - Ke	39
	247.libero.it	29/09/2026	Piacenza 1714, il nuovo panino della linea Autogrill porta in viaggio le eccellenze del nostro terri	40
	247.libero.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	41
	247.libero.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	42
	247.libero.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): 'Piacenza 1714 progetto molto importante' - Key4biz	43
	Accadeora.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	44
	Accadeora.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	46
	Accadeora.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	49
	Accadeora.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	53
	Adnkronos.com	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	55

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Adnkronos.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	56
	Adnkronos.com	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	57
	Adnkronos.com	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	59
	Adnkronos.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	60
	Affaritaliani.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	61
	Affaritaliani.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	65
	Alimentando.info	29/09/2026	Piacenza 1714: presentato il nuovo panino Autogrill che valorizza le eccellenze Dop e Igp	68
	Appianews.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	70
	Askanews.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	72
	Bolognanotizie.com	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	74
	Bolognanotizie.com	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	76
	Cagliarilivemagazine.it	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	78
	Cagliarilivemagazine.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	79
	Cagliarilivemagazine.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	81
	Cagliarilivemagazine.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	84
	Cagliarilivemagazine.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	85
	Calabrianews.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	87
	Canaledieci.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	91
	Canaledieci.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	95
	Canaledieci.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	100
	Chivassoggi.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	103
	Chivassoggi.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	104
	Chivassoggi.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	106

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Chivassoggi.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	109
	Chivassoggi.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	111
	Ciaoup.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	113
	Ciaoup.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	114
	Ciaoup.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	117
	Cittadinapoli.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	118
	Cittadinapoli.com	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	121
	Cittadinapoli.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	123
	Cittadino.ca	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	125
	Cittadino.ca	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	126
	Citynotizie.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	127
	Cn24tv.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	129
	Cn24tv.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	131
	Cn24tv.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	133
	Comunicazionenazionale.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	135
	Comunicazionenazionale.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	136
	Comunicazionenazionale.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	138
	Corcianonline.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	139
	Corriereadriatico.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	144
	Corriereadriatico.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	145
	Corriereadriatico.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	146
	Corriereadriatico.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	149
	Corriereadriatico.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	154
	Corrierearetino.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	156
	Corrierearetino.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	160

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Corrieredellasardegna.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	162
	Corrieredellasardegna.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	165
	Corrieredellasardegna.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	167
	Corrierediancona.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	169
	Corrierediancona.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	170
	Corrierediancona.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	173
	Corrierediancona.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	177
	CORRIEREEMPOLESE.IT	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	179
	Corriereflegreo.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	182
	Corriereflegreo.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	183
	Corriereflegreo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	184
	Corriereflegreo.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	186
	Corrieregrossetano.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	187
	Corrieregrossetano.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	191
	Corrierelivornese.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	193
	Corrierelivornese.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	197
	Corrierelivornese.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	202
	Corrierelucchese.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	204
	Corrierelucchese.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	207
	Corrierelucchese.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	211
	CORRIEREMASSACARRARESE.IT	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	213
	Corrierepisano.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	217
	Corrierepisano.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	220
	Corrierepisano.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	224
	Corrierepistoiese.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	226

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Corrieresenese.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	230
	Corrieresenese.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	234
	CORRIERETOSCANO.IT	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	236
	CORRIERETOSCANO.IT	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	238
	CORRIERETOSCANO.IT	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	241
	CORRIERETOSCANO.IT	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	245
	CORRIERETOSCANO.IT	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	247
	Cremaoggi.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	249
	Cremonaoggi.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	253
	Cremonaoggi.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	256
	Cremonaoggi.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	260
	Cronachedelmezzogiorno.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	262
	Cronachedelmezzogiorno.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	263
	Cronachedelmezzogiorno.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	265
	Cronachediabruzzoemolise.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	266
	Cronachedibari.com	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	268
	Cronachedimilano.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	270
	Cronachedimilano.com	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	271
	Cronachedimilano.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	273
	Dailymotion.com	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	274
	Dallaplatea.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	275
	Dallaplatea.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	277
	Dallaplatea.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	280
	Ecodelsannio.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	282

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	EgNews.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	285
	Entilocali-online.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	287
	Entilocali-online.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	289
	Eventi.news	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	290
	Evolvemag.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	291
	Evolvemag.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	293
	Evolvemag.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	296
	Foodaffairs.it	29/09/2026	Autogrill lancia il nuovo panino Piacenza 1714 che celebra le DOP e IGP italiane e ha radici nel Set	297
	Forchecaudine.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	301
	Forchecaudine.com	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	304
	Forchecaudine.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	308
	Gazzettadimodena.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	310
	Gazzettadireggio.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	313
	Gazzettadireggio.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	315
	Gazzettadireggio.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	318
	Gazzettamatin.com	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	319
	GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	320
	GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	321
	GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	322
	GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	324
	GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	325
	Giornaleradio.fm	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	326
	Giovannilucianelli.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	329
	Giovannilucianelli.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	330

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Giovannilucianelli.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	331
	Giovannilucianelli.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	333
	Grugliasco24.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	334
	Grugliasco24.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	336
	Grugliasco24.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	339
	Grugliasco24.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	342
	Grugliasco24.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	344
	Icorsaridelsud.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	346
	Icorsaridelsud.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	350
	Icorsaridelsud.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	355
	Ilbustese.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	359
	Ilbustese.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	360
	Ilbustese.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	363
	Ilcentrotirreno.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	365
	Ilcentrotirreno.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	367
	Ilcentrotirreno.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	370
	Ilcorrieredibologna.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	372
	Ilcorrieredifirenze.it	29/09/2026	Piacenza 1714, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	376
	Ilcorrieredifirenze.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	378
	Ildenaro.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	379
	Ildenaro.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	380
	Ildenaro.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	381
	Ilfattonisseno.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	382
	Ilfattonisseno.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	384
	Ilfattonisseno.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	388

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Ilfoglio.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	390
	Ilgazzettino.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	392
	Ilgazzettino.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	393
	Ilgazzettino.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	395
	Ilgazzettino.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	397
	Ilgazzettino.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	400
	Ilgazzettino.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	401
	Ilgiornaleditalia.it	29/09/2026	Autogrill e Fondazione Qualivita, presentato il Piacenza 1714 per il progetto Origini Edition con le	403
	Ilgiornaleditalia.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	408
	Ilgiornaleditalia.it	29/09/2026	Baldrighi (Origin Italia): "Autogrill e' una vetrina per le nostre DOP e IGP; unendo le forze tuteli	410
	Ilgiornaleditalia.it	29/09/2026	Belli (Consorzio Salumi DOP): "Con il Piacenza 1714 la nostra storia e la Coppa Piacentina DOP viagg	413
	Ilgiornaleditalia.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Con il Piacenza 1714 valorizziamo le eccellenze italiane; riscontri ottimi dal pro	416
	Ilgiornaleditalia.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Con Autogrill portiamo il Made in Italy a chi viaggia; la tradizione e' un'inno	418
	Ilgiornaleditorino.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	420
	Ilgiornaleditorino.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	421
	Ilgiornaleditorino.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	423
	Ilmattino.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	424
	Ilmattino.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	425
	Ilmattino.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	426
	Ilmattino.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	429
	Ilmattino.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	434
	Ilmattino.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	435
	Ilmessaggero.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	436
	Ilmessaggero.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	437

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Ilmessaggero.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	439
	Ilmessaggero.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	442
	Ilmessaggero.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	447
	Ilmessaggero.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	448
	Ilmonito.it	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	449
	Ilmonito.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	458
	Ilmonito.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	461
	Ilmonito.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	465
	Ilmonito.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	474
	Ilpiacenza.it	29/09/2026	Panino "Piacenza 1714", un concentrato di storia del gusto in Autogrill	483
	Ilpopolano.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	486
	Ilpopolano.com	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	488
	Ilpopolano.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	491
	Ilquaderno.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	493
	Ilquaderno.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	496
	Ilquaderno.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	500
	Ilsannioquotidiano.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	502
	Ilsannioquotidiano.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	503
	Ilsannioquotidiano.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	505
	Iltirreno.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	506
	Iltirreno.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	508
	Iltirreno.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	511
	Ilventuno.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	512
	Ilventuno.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	514

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Ilventuno.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	516
	Ilventuno.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	519
	Imperianews.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	521
	Imperianews.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	523
	Imperianews.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	525
	Imperianews.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	528
	Imperianews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	530
	INFOIMPRESA.INFO	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	532
	INFOIMPRESA.INFO	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	536
	INFOIMPRESA.INFO	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	543
	Infovercelli24.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	545
	Infovercelli24.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	547
	Infovercelli24.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	550
	Isolaonline24.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	552
	Isolaonline24.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	554
	Isolaonline24.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	556
	Key4biz.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	557
	Key4biz.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	560
	Key4biz.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	564
	Lacronaca24.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	566
	Lacronaca24.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	567
	Lacronaca24.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	569
	Lafirmadelredattore.com	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	570
	Lafirmadelredattore.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	575

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Lagazzettadelmezzogiorno.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	577
	Lagazzettadelmezzogiorno.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	580
	Lagazzettadelmezzogiorno.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	585
	Lamilano.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	587
	Lamilano.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	593
	Lamilano.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	600
	Lanuovaferrara.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	604
	Lanuovaferrara.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	606
	Lanuovaferrara.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	609
	Lanuovasardegna.it	29/09/2026	La Nuova Sardegna	610
	Lanuovasardegna.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	612
	Lanuovasardegna.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	615
	Lasintesi.online	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	616
	Lasintesi.online	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	617
	Latiburtinanews.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	619
	Latiburtinanews.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	621
	Latiburtinanews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	624
	Lavocedialba.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	626
	Lavocedialba.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	628
	Lavocedialba.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	630
	Lavocedialba.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	633
	Lavocedialba.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	635
	Lavocediasti.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	637
	Lavocediasti.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	639

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Lavocediasti.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	642
	Lavocediasti.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	644
	Lavocedigenova.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition'che celebra i prodotti Dop e Igp	646
	Lavocedigenova.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	647
	Lavocedigenova.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	650
	Leggo.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	651
	Leggo.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	652
	Leggo.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	654
	Leggo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	656
	Leggo.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	659
	Leggo.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	660
	LIBERENOTIZIE.IT	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy. Adnk	661
	Libero.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	665
	Liberoquotidiano.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	667
	Lospecialegiornale.it	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714, il panino di Origini Edition che celebra i prodotti Dop e Igp	668
	Lospecialegiornale.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	669
	Lospecialegiornale.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): Lancio Piacenza 1714 per progetto Origini Edition, valorizzare eccellenze	670
	Lospecialegiornale.it	29/09/2026	Piacenza 1714, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	671
	Lospecialegiornale.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana	673
	Lospecialegiornale.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	674
	Lsdmagazine.com	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana	675
	Mantovauno.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	676
	Mantovauno.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	678
	Mantovauno.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	681

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Media2000.it	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	683
	Media2000.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	684
	Media2000.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	686
	Media2000.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	689
	Media2000.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	690
	Montagneepaesi.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	692
	Montagneepaesi.com	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	693
	Montagneepaesi.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	695
	Montecarlonews.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	696
	Montecarlonews.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	698
	Montecarlonews.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	702
	News.ournet.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	703
	Newsbiella.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	704
	Newsbiella.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	707
	Newsbiella.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	711
	Newsnovara.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	713
	Newsnovara.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	715
	Newsnovara.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	717
	Newsnovara.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	720
	Newsnovara.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	722
	Nonsolocalcio.news	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	723
	Nonsolocalcio.news	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	725
	Nonsolocalcio.news	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	728

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Notiziaok.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	730
	Notiziaok.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	732
	Notiziaok.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	734
	Notiziarioflegreo.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	735
	Notizie.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	736
	Notizie.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	737
	Notizie.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	739
	Notizie.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	741
	Notizie.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	742
	Notiziedi.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	743
	Notiziedi.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	744
	Notiziedi.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	745
	Notiziedi.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	747
	Oblo.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze" - O	748
	Oblo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	750
	Oblo.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante" - Oblo.it	753
	Occhioche.com	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	755
	Occhioche.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	756
	Occhioche.com	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	759
	Occhioche.com	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	761
	Occhioche.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	762
	Oglioponews.it	29/09/2026	Nazionali Oggi alle 15:02 Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop	765
	Olbianotizie.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	768
	Olbianotizie.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	770

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Olbianotizie.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	774
	Ossolanews.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	775
	Ossolanews.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	776
	Ossolanews.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	779
	Ossolanews.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	782
	Ossolanews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	783
	Padova24ore.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	785
	Padova24ore.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	786
	Padova24ore.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	788
	Padovanews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	789
	Piacenza24.eu	29/09/2026	Piacenza 1714, il nuovo panino della linea Autogrill porta in viaggio le eccellenze del nostro terri	791
	PiacenzaSera.it	29/09/2026	La coppa sposa il formaggio Asiago, ecco il panino "Piacenza 1714" per la rete Autogrill - piacenzas	797
	Piazzapinerolese.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	799
	Piazzapinerolese.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	801
	Piazzapinerolese.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	804
	Piazzapinerolese.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	807
	Piazzapinerolese.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	809
	Primopiano24.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	811
	Primopiano24.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	812
	Primopiano24.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	814
	Primopunto.it	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	815
	Primopunto.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	816
	Quasimezzogiorno.com	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	817
	Quasimezzogiorno.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	818

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Quasimezzogiorno.com	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	820
	Quasimezzogiorno.com	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	822
	Quasimezzogiorno.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	823
	Quotidiano.net	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	824
	Quotidiano.net	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	825
	Quotidiano.net	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	826
	Quotidianocontribuenti.com	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	827
	Quotidianocontribuenti.com	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	828
	Quotidianodelsud.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	829
	Quotidianodelsud.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	830
	Quotidianodelsud.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	833
	Quotidianodelsud.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	837
	Quotidianodibari.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	839
	Quotidianodibari.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	842
	Quotidianodibari.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	846
	Quotidianodifoggia.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	847
	Quotidianodifoggia.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	848
	Quotidianodifoggia.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	850
	Quotidianodipuglia.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	851
	Quotidianodipuglia.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	852
	Quotidianodipuglia.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	853
	Quotidianodipuglia.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	856
	Quotidianodipuglia.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	860
	Quotidianodipuglia.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	861
	Recnews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	862

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	**SI PARLA DI NOI - web**			
	Redazionenews.it	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	865
	Redazionenews.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	867
	Redazionenews.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	870
	Redazionenews.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	873
	Redazionenews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	875
	Reggiotv.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	877
	Reggiotv.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	878
	Reggiotv.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	881
	Rete55.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	882
	Rete55.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	883
	Rete55.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	885
	Ristorazionemoderna.it	29/09/2026	Autogrill svela "Piacenza 1714": il nuovo panino Origini Edition	886
	Rtmweb.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	891
	Rtmweb.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	894
	Rtmweb.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	898
	Sanremonews.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	899

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Sanremonews.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	16
	Sanremonews.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	20
	Sanremonews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	22
	Sardanews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	24
	Sardegnalive.net	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	25
	Sardegnalive.net	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	26
	Sardegnalive.net	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	28
	Savonanews.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition'che celebra i prodotti Dop e Igp	29
	Savonanews.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	30
	Savonanews.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	32
	Savonanews.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	34
	Savonanews.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	37
	Savonanews.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	38
	Senzalinea.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	39
	Senzalinea.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	41
	Senzalinea.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	44
	Shmag.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	45
	Shmag.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	49
	Spazio50.org	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	50
	Spazio50.org	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	52
	Spazio50.org	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	55
	Spotandweb.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	57
	Spotandweb.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	59
	Spotandweb.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	61
	Startupbusiness.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	62
	Startupbusiness.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	65
	Startupbusiness.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	69

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Stream24.ilsole24ore.com	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso - Il Sole 24 ORE	71
	Sudefuturi.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	73
	TarantoBuonasera.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	75
	TarantoBuonasera.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	78
	TarantoBuonasera.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	81
	Targatocn.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	82
	Targatocn.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	83
	Targatocn.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	85
	Targatocn.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	88
	Targatocn.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	89
	TERZOTEMPOSPORTMAGAZINE.IT	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	91
	TERZOTEMPOSPORTMAGAZINE.IT	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	93
	TERZOTEMPOSPORTMAGAZINE.IT	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	96
	Torinoggi.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	98
	Torinoggi.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	100
	Torinoggi.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	102
	Torinoggi.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	105
	Torinoggi.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	107
	Touchpoint.news	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	109
	Touchpoint.news	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	110
	Touchpoint.news	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	114
	Trasimenonline.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	115
	Trasimenonline.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	118
	Trasimenonline.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	123
	Tv6onair.com	29/09/2026	TV6onAIR Decreto Scuola, corsi italiano Cpia per eccezione padre e madre stranieri: mancano posti e	125

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Tvsette.net	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	127
	Ugualmenteabile.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	130
	Ugualmenteabile.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	133
	Ugualmenteabile.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	138
	Un-industria.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	140
	Un-industria.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	142
	Un-industria.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	145
	Unionesarda.it	29/09/2026	Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso	146
	Universonotizie.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	148
	Ussiumbria.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	150
	Ussiumbria.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	152
	Ussiumbria.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	155
	Valledaostaglocal.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	157
	Valledaostaglocal.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	159
	Valledaostaglocal.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	161
	Valledaostaglocal.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	164
	Valledaostaglocal.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	166
	Valsesianotizie.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	168
	Valsesianotizie.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	169
	Varesenoi.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	170
	Varesenoi.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	172
	Vconews.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	174
	Vconews.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	176
	Vconews.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	179
	Venaria24.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	181
	Venaria24.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	183

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Venaria24.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	185
	Venaria24.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	188
	Venaria24.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	190
	Vetrinatv.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	192
	Vetrinatv.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	193
	Vetrinatv.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	196
	Vetrinatv.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	200
	Vetrinatv.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	201
	Vigevano24.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	203
	Vigevano24.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	205
	Vigevano24.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	207
	Vigevano24.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	210
	Vigevano24.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	212
	Vipiu.it	29/09/2026	Autogrill presenta Piacenza 1714: nel panino anche Asiago Dop e specialita' italiane	214
	Virgilio.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	216
	Virgilio.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	217
	Vivere.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	218
	Vivere.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	219
	Vivere.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	221
	Vivere.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	225
	Vivere.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	226
	Vivere.srl	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	227
	Vivere.srl	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	229
	Vivere.srl	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	233
	Vivere.srl	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	235
	Vivereabruzzo.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	237

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Vivereabruzzo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	239
	Vivereabruzzo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy . Vi	243
	Vivereabruzzo.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	245
	Vivereabruzzo.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	247
	Vivereancona.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	249
	Vivereancona.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	251
	Vivereancona.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	255
	Vivereancona.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	257
	Vivereandria.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	259
	Vivereandria.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	261
	Vivereandria.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta...	265
	Vivereandria.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	268
	Vivereandria.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	270
	Vivereaosta.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	272
	Vivereaosta.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	274
	VIVEREAREZZO.IT	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	276
	VIVEREAREZZO.IT	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	278
	Vivereascoli.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	280
	Vivereascoli.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	282
	Vivereascoli.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	286
	Vivereascoli.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	288
	Vivereassisi.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	290
	Vivereassisi.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	292
	Vivereassisi.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	296
	Vivereassisi.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	298
	Vivereavellino.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	300

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Vivereavellino.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	302
	Vivereavellino.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	306
	Vivereavellino.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	308
	Viverebasilicata.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	310
	Viverebasilicata.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	312
	Viverebasilicata.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	316
	Viverebasilicata.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	318
	Viverebenevento.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	320
	Viverebenevento.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	322
	Viverebenevento.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta...	326
	Viverebenevento.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	329
	Viverebenevento.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	331
	Viverecalabria.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	333
	Viverecalabria.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	335
	Viverecalabria.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	339
	Viverecalabria.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	341
	Viverecampania.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	343
	Viverecampania.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	345
	Viverecampania.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	349
	Viverecampania.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	351
	Viverecanicatti.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	353
	Viverecanicatti.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	355
	Viverecanicatti.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	359
	Viverecanicatti.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	361
	Viverecaserta.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	363
	Viverecaserta.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	365

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Viverecatania.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	367
	Viverecerignola.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	371
	Viverecerignola.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	373
	Viverecerignola.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	377
	Viverecerignola.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	379
	Viverechieti.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	381
	Viverechieti.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	383
	Viverecittadicastello.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	385
	Viverecittadicastello.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	387
	Viverecittadicastello.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	391
	Viverecittadicastello.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	393
	Viverecivitanova.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	395
	Viverecivitanova.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	397
	Viverecivitanova.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	401
	Viverecivitanova.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	403
	Viverecomo.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	405
	Viverecorigliano.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	407
	Viverecosenza.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	409
	Viverecosenza.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	411
	Viverecosenza.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	415
	Viverecosenza.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	417
	Vivereemiliaromagna.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	419
	Vivereemiliaromagna.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	421
	Vivereemiliaromagna.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	425
	Vivereemiliaromagna.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	427

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Vivereeuropa.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	429
	Vivereeuropa.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	431
	Vivereeuropa.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	435
	Vivereeuropa.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	437
	Viverefabriano.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	439
	Viverefabriano.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	441
	Viverefano.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	443
	Viverefano.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	445
	Viverefano.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	449
	Viverefano.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	451
	Viverefasano.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	453
	Viverefasano.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	455
	Viverefasano.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	459
	Viverefasano.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	461
	Viverefermo.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	463
	Viverefermo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	465
	Viverefermo.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	469
	Viverefermo.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	471
	Viverefirenze.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	473
	Viverefirenze.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	475
	Viverefirenze.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	479
	Viverefirenze.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	481
	Viverefriuliveneziagiulia.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	483
	Viverefriuliveneziagiulia.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	485
	Viverefriuliveneziagiulia.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	489
	Viverefriuliveneziagiulia.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	491

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Viverefrosinone.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	493
	Viverefrosinone.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	495
	Viveregorizia.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	497
	Viverejesi.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	499
	Viverejesi.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	503
	Viverelamezia.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	505
	Viverelamezia.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	507
	Viverelazio.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	509
	Viverelazio.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	511
	Viverelazio.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	515
	Viverelazio.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	517
	Vivereliguria.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	519
	Vivereliguria.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	521
	Vivereliguria.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	525
	Vivereliguria.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	527
	Viverelombardia.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	529
	Viverelombardia.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	531
	Viverelombardia.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	535
	Viverelombardia.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	537
	VIVERELUCCA.IT	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	539
	VIVERELUCCA.IT	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	541
	VIVERELUCCA.IT	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	545
	VIVERELUCCA.IT	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	547
	Viverelugano.ch	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	549
	Viverelugano.ch	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	551

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Viveremacerata.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	553
	Viveremacerata.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	555
	Viveremacerata.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	559
	Viveremacerata.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	561
	Viveremarche.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	563
	Viveremarche.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	565
	Viveremarche.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	568
	Viveremarche.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	569
	Viveremilano.org	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	570
	Viveremilano.org	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	572
	Viveremodena.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	574
	Viveremodena.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	576
	Viveremodena.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta...	580
	Viveremodena.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	583
	Viveremodena.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	585
	Viveremolise.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	587
	Viveremolise.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	589
	Viveremolise.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	593
	Viveremolise.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	595
	Viveremonreale.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze" D'Al	597
	Viveremonreale.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy 'Pia	598
	Viveremonreale.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana' Rosati	601
	Viveremonreale.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante" Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 pro	602
	Viveremontesarchio.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	603
	Viveremontesarchio.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	605

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Viveremontesarchio.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	609
	Viveremontesarchio.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	611
	Vivereosimo.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	613
	Vivereosimo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	615
	Vivereosimo.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	619
	Vivereosimo.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	621
	Vivereperugia.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	623
	Viverepescara.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	624
	Viverepescara.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	626
	Viverepescara.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	629
	Viverepescara.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	630
	Viverepiemonte.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	631
	Viverepiemonte.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	633
	Viverepiemonte.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	636
	Viverepuglia.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	638
	Viverecanati.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	639
	Viverecanati.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	641
	Viverecanati.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	645
	Viverecanati.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	647
	Viverende.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	649
	Viverericcione.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	653
	Viverericcione.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	655
	Viverericcione.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	659
	Viverericcione.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	661
	Vivereroma.org	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	663
	Vivereroma.org	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta...	665

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Vivereroma.org	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	668
	Vivereroma.org	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	670
	Vivererovereto.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	672
	Vivererovigo.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	674
	Viveresalerno.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	676
	Viveresanbenedetto.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze" D'Al	678
	Viveresanbenedetto.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy 'Pia	680
	Viveresanbenedetto.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana' Rosati	683
	Viveresanbenedetto.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante" Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 pro	684
	VIVERESANMARINO.COM	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	685
	VIVERESANMARINO.COM	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	687
	VIVERESANMARINO.COM	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	691
	VIVERESANMARINO.COM	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	693
	Viveresardegna.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	695
	Viveresardegna.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	697
	Viveresardegna.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	701
	Viveresardegna.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	703
	Viveresassari.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	705
	Viveresassari.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	707
	Viveresassuolo.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	709
	Viveresassuolo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	711
	Viveresassuolo.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	716
	VIVERESAVONA.IT	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	718
	Viveresicilia.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	720
	Viveresicilia.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	722

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Viveresicilia.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy . Vi	726
	Viveresicilia.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	728
	Viveresicilia.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	730
	Viveresiracusa.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	732
	Viveresiracusa.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	734
	Vivereteramo.it	29/09/2026	DAlba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	736
	Vivereteramo.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	738
	Vivereteramo.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	741
	Vivereteramo.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	742
	Viveretorino.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	743
	Viveretorino.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	747
	Viveretoscana.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	749
	Viveretoscana.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	751
	Viveretoscana.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	755
	Viveretoscana.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	757
	Viveretrentinoaltoadige.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	759
	Viveretrentinoaltoadige.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	761
	Viveretrentinoaltoadige.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	765
	Viveretrentinoaltoadige.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	767
	Vivereumbria.org	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	769
	Viverevasto.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	773
	Viverevasto.it	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	775
	Vivereveneto.org	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	777
	Vivereveneto.org	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	779
	Vivereveneto.org	29/09/2026	Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'	783

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	SI PARLA DI NOI - web			
	Vivereveneto.org	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	785
	Vivereviareggio.it	29/09/2026	Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp	787
	V-news.it	29/09/2026	Rosati di Qualivita: Il progetto Piacenza 1714 e' fondamentale per il futuro	789
	V-news.it	29/09/2026	Valorizzare le eccellenze locali: nasce Piacenza 1714 di DAlba	791
	Webmagazine24.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"	793
	Webmagazine24.it	29/09/2026	'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	795
	Webmagazine24.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"	798
	Wesud.it	29/09/2026	D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze	800
	Wesud.it	29/09/2026	Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy	803
	Wesud.it	29/09/2026	Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante	807
Rubrica	DOP, IGP, STG - web			
	Adnkronos.com	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"	809
	Affaritaliani.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	810
	Corrierearetino.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	813
	Corrieregrossetano.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	815
	Corrierelivornese.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	817
	Corrierelucchese.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	819
	CORRIEREMASSACARRARESE.IT	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	821
	Corrierepisano.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	823
	Corrierepistoiese.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	825
	Corrieresenese.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	827
	CORRIERETOSCANO.IT	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714	829
	Ilmattino.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"	831
	Ilmessaggero.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"	833
	Iltirreno.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"	835

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	DOP, IGP, STG - web			
	Leggo.it	29/09/2026	Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"	836

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Quotidiano
30-09-2026
Pagina 16
Foglio 1

LIBERTÀ

Tiratura: 14.373
Diffusione: 12.441

www.ecostampa.it

"Piacenza 1714", la tradizione in un panino per gli Autogrill

Presentato ieri a Palazzo Farnese: coppa piacentina Dop, Asiago e aceto balsamico

La presentazione del "Piacenza 1714" per gli Autogrill

PIACENZA

La Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino, uniscono le forze e danno vita a "Piacenza 1714", il nuovo panino di "Origini Edition", progetto a lungo termine con cui Autogrill, parte di "Avolta", avvicina le produzioni italiane certificate e i Consorzi ai viaggiatori sulle principali tratte stradali. Il panino è stato presentato ieri mattina nella Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese insieme alla sindaca Katia Tarasconi, l'assessore regionale dell'Emilia-Romagna Alessio Mammi, il direttore generale F&B per l'Italia di "Avolta" Luca D'Alba; il direttore generale della Fondazione Qualivita Mauro Rosati, il presidente di Origin Italia Cesare Baldrighi e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra, tra cui Roberto Belli, direttore generale del Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini. La denominazione "1714" nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina, all'epoca conosciuta come "bondiola" - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. «Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori - ha spiegato Mammi - Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese». «Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano» illustra D'Alba. «È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini» aggiunge Belli. _ric.fo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

GRANPAESE.EU

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

AUTOGRILL PRESENTA 'PIACENZA 1714', IL PANINO DI 'ORIGINI EDITION' CHE CELEBRA I PRODOTTI DOP E IGP

Inserito da Redazione | 30 Set, 2026 | Ultim'ora | 0 | ★★★★★

Tempo di lettura: 1 minuto

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Redazione

Lsd sta per Last smart day, ovvero ultimo giorno intelligente, ultima speranza di una fuga da una cultura ormai completamente omologata, massificata, banalizzata. Il riferimento all'acido lisergico del nostro padre spirituale, Albert Hofmann, non è casuale, anzi tutto parte di lì perché LSDmagazine si propone come cura culturale per menti deviate dalla televisione e dalla pubblicità. Nel concreto il quotidiano diretto da Michele Traversa si offre anzitutto come enorme contenitore dell'espressività di chiunque voglia far sentire la propria opinione o menzionare fatti e notizie al di fuori dei canonici mezzi di comunicazione. Lsd pone la sua attenzione su ciò che solletica l'interesse dei suoi scrittori, indipendente dal fatto che quanto scritto sia popolare o meno, perciò riflette un sentire libero e sincero, assolutamente non vincolato e mosso dalla sola curiosità (o passione) dei suoi collaboratori. In conseguenza di ciò, hanno spazio molteplici interviste condotte a personaggi di sicuro spessore ma che non trovano spazio nei salotti televisivi, recensioni di gruppi musicali, dischi e libri non riconosciuti come best sellers, cronache e resoconti di sport minori, fatti ed iniziative locali che solitamente non hanno il risalto che meritano. Ma Lsd è anche fuga dal quotidiano, i vari resoconti dai luoghi più suggestivi del pianeta rendono il nostro magazine punto di riferimento per odeporici lettori.

CERCA ...

GEMI ELETTRONICA

SCUOLA EUROPEA ACCADEMIA
Corsi di Formazione Professionale
ESTETISTA
ACCONCIATORE
TATUAGGIO E PIERCING
COMMERCIO
INFORMATICA
O.S.A.
INGLESE
RECUPERO ANNI SCOLASTICI

TUZIO PASTICCERIA
Corso Garibaldi, 285
SENISE
Tel.0973-585411

Tradizione
POLICICCHIO
PASTICCERIA
GIULIA
1979
SENISE PZ
Innovazione

VOZZI S.R.L.
AGENZIA GENERALE UNIPOLSAI - UNISALUTE
Via Mario Pagano, 1 -Chiaromonte (PZ)
Tel. 0973/642200 - 0973/642984 - Fax 0973/642250
e-mail : assicurazioni.vozzi@gmail.com - Pec: vozzisrl@pec.it
P.iva/CF 01988000764

VOZZI VINI
Cda Arminuso - 85032 Chiaromonte (PZ)
tel. 337 986681

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

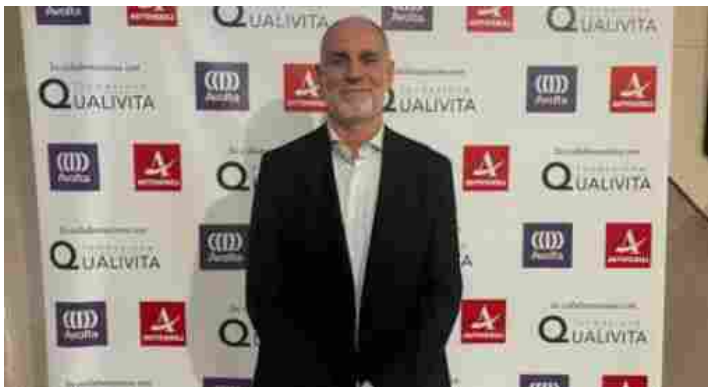
152944-ITOQ67

oggitreviso.it
OGGI Treviso

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante".

30/09/2026 02:15 | AdnKronos |



0 Condividi
Tweet
Invia ad un amico
stampa la pagina
aggiungi ai preferiti
ZOOM: A- A+

Annunci Lavoro
Cerchi o offri lavoro? Accedi al servizio di quice.it. Seleziona tipologia e provincia per inserire o consultare le offerte proposte!
Cerca ora!
POWERED BY Quicé

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

oggitreviso.it
OGGI Treviso

www.ecostampa.it

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

30/09/2026 02:15

AdnKronos

Nord-Est | dall'Italia | dal Mondo

LAVORATORE MUORE DOPO LA CADUTA DA UN'IMPALCATURA
L'OPERAIO È DECEDUTO DURANTE LA NOTTE ALL'OSPEDALE

TENTATO FURTO IN APPARTAMENTO IN CENTRO, DUE UOMINI BLOCCATI E ARRESTATI DAI CARABINIERI
I LADRI SONO STATI SORPRESI DAI RUMORI PERCEPITI DAL PROPRIETARIO CHE HA DATO L'ALLARME,: INTERVENTO IMMEDIATO DELLE PATTUGLIE

INVESTITA DA UN FURGONE, MUORE BIMBA DI 4 ANNI
È DECEDUTA QUESTA MATTINA ALL'OSPEDALE SAN MAURIZIO DI

MORTO A 40 ANNI ANDREA TEMPESTINI, VICEDIRETTORE DI LIBERO: IL CORPO TROVATO NELLA SUA CASA A MILANO
IL CORPO DEL 40ENNE È STATO RINVENUTO IERI SERA DAI VIGILI DEL FUOCO E DAI CARABINIERI NEL SUO APPARTAMENTO

CASO REGENI, LA BATTAGLIA LEGALE CONTINUA IN APPELLO
LE DIFESE DEI TRE 007 EGIZIANI PRESENTERANNO RICORSO DOPO LA PRONUNCIA DELLA CORTE D'ASSISE DI ROMA CHE HA STABILITO DIECI ANNI DI RECLUSIONE PER IL SEQUESTRO DEL RICERCATORE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

REVENEWS.IT

www.ecostampa.it

Questo sito contribuisce alla audience di Il Messaggero.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Potrebbe Interessarti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

REVENEWS.IT

www.ecostampa.it

Questo sito contribuisce alla audience di Il Messaggero.it

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell’Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ‘1714’ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell’anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l’immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all’epoca conosciuta come ‘bondiola’ – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Potrebbe Interessarti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

REVENEWS.IT

www.ecostampa.it

Questo sito contribuisce alla audience di Il Messaggero.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

24Ovest.it
Notizie, fatti ed eventi ad ovest di Torino

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

PIÙ OPZIONI

ACCETTO

HUMANI
Nella tua città, per la tu
Giorno dopo giorno, da

714',
he

Merlino PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Altro incidente sulla tangenziale: 3 persone ferite e circolazione paralizzata

Cronaca
Incidente in

IN BREVE

martedì 29 settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

24Ovest.it
Notizie, fatti ed eventi ad ovest di Torino

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

o 'Piacenza

ıne. La
to
otti DOP e
borazione

pe
panino,
a Coppa

om (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"

Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

24Ovest

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

PIÙ OPZIONI

ACCETTO

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca

Incidente in tangenziale all'altezza di Collegno, direzione Milano: tre vetture coinvolte, un ferito non grave. Traffico in tilt

IN BREVE

martedì 29 settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

24Ovest.it
Notizie, fatti ed eventi ad ovest di Torino

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

Asiago Dop
ema di

renza
rtecipato:
regionale
i Avolta,
esare
cellenze
da una
oni e delle
Alberoni,
di Spagna
eroni,
propria
onosciuta
nelle
osì
ori.

aprile a
llobrigida,
Masaf e
e Protetta
ratta della
elle tre
ia 1922.
ti e
piatto la
l'impegno
ll'expertise
pa per
che
uisti

annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ult

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

ordinari: le
euro, oltre
mentre
e un valore

24Ovest.it
Notizie, fatti ed eventi ad ovest di Torino

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

Copyright © 2018 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

24Ovest.it
Notizie, fatti ed eventi ad ovest di Torino

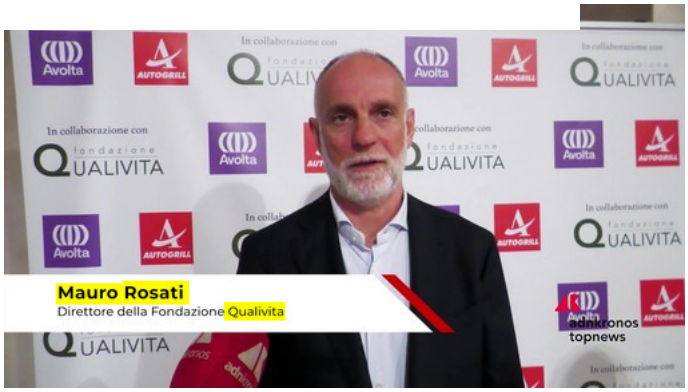
Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

PIÙ OPZIONI

ACCETTO

HUMANI
Nella tua città, per la tu
Giorno dopo giorno, da



Merlino PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Festa dei lettori di Collegno, tre gli appuntamenti all'Orto che Cura

Cronaca
Incidente in

IN BREVE

martedì 29 settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

24Ovest.it
Notizie, fatti ed eventi ad ovest di Torino

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

ti Dop,
e più
distributori.
rnazionali
tura". Lo
occasione
Edition' di
op e Igp,

om (Web Info)

E?

culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Leggi le

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LIBERO 24x7

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Imprese, valore, futuro: interesse e partecipazione all´incontro con Alessandro Ciccioni. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con ... ... Persone: dop fresco alessandro ciccioni economia Organizzazioni: autogrill enogastronomia 24 Prodotti: giochi ricette Luoghi: piacenza biella Tags: origini edition panino

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LIBERO. | MAIL | NEWS | SPORT | VIDEO | COMMUNITY | IN CITTÀ | ALTRO
AIUTO | REGISTRATI | ENTRA

LIBERO 24x7
CERCA NOTIZIE
Griglia Timeline Grafo
Prima pagina Lombardia Lazio Campania Emilia Romagna Veneto Piemonte Puglia Sicilia Toscana Liguria Altre regioni
Cronaca Economia Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia Informazione locale Stampa estera

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

TV7 | 41009 | 24 minuti fa

Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. ...
...
Leggi la notizia

Persone: alessio mammi luca d'alba
Organizzazioni: autogrill avolta
Prodotti: made in italy reti
Luoghi: piacenza italia
Tags: modena igp dop

ALTRE FONTI (8)

Piacenza 1714, il nuovo panino della linea Autogrill porta in viaggio le eccellenze del nostro territorio - AUDIO

... Presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "Siamo davvero felici di essere stati coinvolti da **Autogrill**, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino **Piacenza** 1714, un'...
Piacenza 24 - 1 ora fa

Persone: asiago dop fresco alessio mammi
Organizzazioni: autogrill avolta
Prodotti: reti ricette
Luoghi: piacenza modena
Tags: panino igp

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): 'Bene panino Piacenza 1714'

Fa molto piacere che questo progetto", il panino **Piacenza** 1714 lanciato da **Autogrill**, "consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di ...
TV7 - 1 ora fa

Persone: alessio mammi dop
Organizzazioni: autogrill
Prodotti: lavoro
Luoghi: piacenza e.romagna
Tags: patrimonio culturale assessore

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Fa molto piacere che questo progetto", il panino **Piacenza** 1714 lanciato da **Autogrill**, "consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di ...
Ossola News - 1 ora fa

Persone: alessio mammi dop
Organizzazioni: autogrill
Prodotti: lavoro
Luoghi: piacenza e.romagna
Tags: italiana patrimonio culturale

Rosati (Qualivita): 'Piacenza 1714 progetto molto importante'

Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a **Piacenza**, del panino della serie 'Origini Edition' di **Autogrill**, parte di Avolta, la selezione ...
TV7 - 1 ora fa

Persone: mauro rosati dop
Organizzazioni: autogrill qualivita
Prodotti: ricette made in italy
Luoghi: piacenza roma
Tags: agricoltura igp

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a **Piacenza**, del panino della serie 'Origini Edition' di **Autogrill**, parte di Avolta, la selezione ...
Sanremo news.it - 1 ora fa

Persone: mauro rosati dop
Organizzazioni: autogrill qualivita
Prodotti: ricette made in italy
Luoghi: piacenza italia
Tags: agricoltura igp

D'Alba (Avolta): 'Lancio 'Piacenza 1714 per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze'

Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a **Piacenza** alla presentazione del panino lanciato da **Autogrill**, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' ...
TV7 - 1 ora fa

Persone: luca d'alba origini edition
Organizzazioni: autogrill federazione italiana pubblici esercizi
Luoghi: piacenza roma
Tags: lancio progetto

CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU
Facebook Twitter Invia RSS

Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

Termini e condizioni d'uso - Contattaci

Conosci Libero Mail?
Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?
Scopri di più

CITTA'
Milano Palermo Perugia
Roma Firenze Cagliari
Napoli Genova Trento
Bologna Catanzaro Potenza
Venezia Ancona Campobasso
Torino Trieste Aosta
Bari L'Aquila
Altre città

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy - Key4biz

Key4biz | 30321 | 21 minuti fa

Economia - Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. ... ...

Leggi la notizia

Persone: alessio mammi
luca d'alba
Organizzazioni: autogrill avolta
Prodotti: made in italy reti
Luoghi: piacenza italia
Tags: modena igp dop

CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU
Facebook Twitter Invia RSS

Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

Termini e condizioni d'uso - Contattaci

Conosci Libero Mail?
Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?
Scopri di più

Gli articoli sono stati selezionati e posizionati in questa pagina in modo automatico. L'ora o la data visualizzate si riferiscono al momento in cui l'articolo è stato aggiunto o aggiornato in Libero 24x7

italiaonline
il nostro network
LIBERO PAGINE BIANCHE PAGINE GIALLE SUPEREVA TUTTOCITTÀ VIRGILIO
Italiaonline.it Fusione Note legali Privacy Cookie Policy Aiuto Segnala Abuso
© ITALIAONLINE 2026 - P. IVA 03970540963

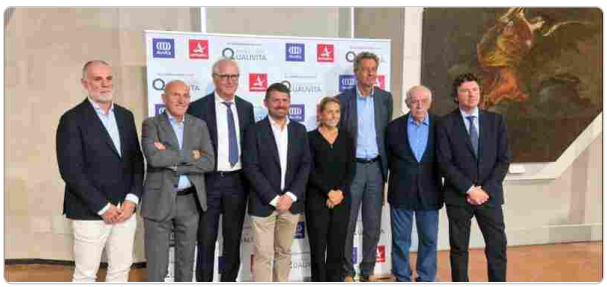
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LIBERO 24x7

www.ecostampa.it

Piacenza 1714, il nuovo panino della linea Autogrill porta in viaggio le eccellenze del nostro terri

Romagna, Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, Direttore Generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, Presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze DOP e IGP che la ricetta celebra. ... ... Persone: asiago dop fresco alessio mammi Organizzazioni: autogrill avolta Prodotti: reti ricette Luoghi: piacenza modena Tags: panino igp



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LIBERO | MAIL | NEWS | SPORT | VIDEO | COMMUNITY | IN CITTÀ | ALTRO
AIUTO | REGISTRATI | ENTRA

LIBERO 24x7
CERCA NOTIZIE
Griglia Timeline Grafo

Prima pagina Lombardia Lazio Campania Emilia Romagna Veneto Piemonte Puglia Sicilia Toscana Liguria Altre regioni
Cronaca Economia Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia Informazione locale Stampa estera

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Ossola News | 1 | 1 ora fa

Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, ...
Leggi la notizia

Persone: mauro rosati avolta
Organizzazioni: autogrill fondazione qualivita
Luoghi: piacenza asiago
Tags: italiana eccellenza

CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU
Facebook Twitter Invia RSS

Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

Termini e condizioni d'uso - Contattaci

ALTRE FONTI (12)

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): 'Bene panino Piacenza 1714'

Fa molto piacere che questo progetto", il panino **Piacenza** 1714 lanciato da **Autogrill**, "consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di ...
TV7 - 2 ore fa

Persone: alessio mammi dop
Organizzazioni: autogrill
Prodotti: lavoro
Luoghi: piacenza e.romagna
Tags: patrimonio culturale assessore

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Fa molto piacere che questo progetto", il panino **Piacenza** 1714 lanciato da **Autogrill**, "consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di ...
Ossola News - 2 ore fa

Persone: alessio mammi dop
Organizzazioni: autogrill
Prodotti: lavoro
Luoghi: piacenza e.romagna
Tags: italiana patrimonio culturale

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a **Piacenza**, del panino della serie 'Origini Edition' di **Autogrill**, parte di Avolta, la selezione che ...
Sanremo news.it - 2 ore fa

Persone: mauro rosati avolta
Organizzazioni: autogrill fondazione qualivita
Luoghi: piacenza asiago
Tags: italiana eccellenza

Piacenza 1714, il nuovo panino della linea Autogrill porta in viaggio le eccellenze del nostro territorio - AUDIO

... Presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "Siamo davvero felici di essere stati coinvolti da **Autogrill**, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino **Piacenza** 1714, un'...
Piacenza 24 - 3 ore fa

Persone: asiago dop fresco alessio mammi
Organizzazioni: autogrill avolta
Prodotti: reti ricette
Luoghi: piacenza modena
Tags: panino igp

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Autogrill presenta **Piacenza** 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di ...
TV7 - 3 ore fa

Persone: alessio mammi luca d'alba
Organizzazioni: autogrill avolta
Prodotti: made in italy reti
Luoghi: piacenza italia

Conosci Libero Mail?
Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?
Scopri di più

CITTA'
Milano Palermo Perugia
Roma Firenze Cagliari
Napoli Genova Trento
Bologna Catanzaro Potenza
Venezia Ancona Campobasso
Torino Trieste Aosta
Bari L'Aquila
Altre città

FOTO

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'
Ossola News - 3 ore fa

1 di 1

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LIBERO 24x7
www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Sanremo news.it | 1 | 1 ora fa

Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi ... ...

Leggi la notizia

Persone: mauro rosati dop
Organizzazioni: autogrill qualivita
Prodotti: ricette made in italy
Luoghi: piacenza italia
Tags: agricoltura igp

ALTRE FONTI (5)

Rosati (Qualivita): 'Piacenza 1714 progetto molto importante'

Lo afferma **Mauro Rosati**, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a **Piacenza**, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione ...

TV7 - 1 ora fa

Persone: mauro rosati dop
Organizzazioni: autogrill qualivita
Prodotti: ricette made in italy
Luoghi: piacenza roma
Tags: agricoltura igp

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Lo afferma **Mauro Rosati**, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a **Piacenza**, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che ...

Sanremo news.it - 1 ora fa

Persone: mauro rosati avolta
Organizzazioni: autogrill fondazione qualivita
Luoghi: piacenza asiago
Tags: italiana eccellenza

Piacenza 1714, il nuovo panino della linea Autogrill porta in viaggio le eccellenze del nostro territorio - AUDIO

Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita "**Piacenza** è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino '**Piacenza** 1714', che affianca alla ...

Piacenza 24 - 3 ore fa

Persone: asiago dop fresco alessio mammi
Organizzazioni: autogrill avolta
Prodotti: reti ricette
Luoghi: piacenza modena
Tags: panino igp

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

... alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di **Piacenza**, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia - Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, **Mauro Rosati**, ...

TV7 - 3 ore fa

Persone: alessio mammi luca d'alba
Organizzazioni: autogrill avolta
Prodotti: made in italy reti
Luoghi: piacenza italia
Tags: modena igp dop

CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU
Facebook Twitter Invia RSS

Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

Termini e condizioni d'uso - Contattaci

Conosci Libero Mail?
Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?
Scopri di più

CITTA'
Milano Palermo Perugia
Roma Firenze Cagliari
Napoli Genova Trento
Bologna Catanzaro Potenza
Venezia Ancona Campobasso
Torino Trieste Aosta
Bari L'Aquila
Altre città

FOTO

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
Sanremo news.it - 3 ore fa

1 di 1

Gli articoli sono stati selezionati e posizionati in questa pagina in modo automatico. L'ora o la data visualizzate si riferiscono al momento in cui l'articolo è stato aggiunto o aggiornato in Libero 24x7

italiaonline
il nostro network

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LIBERO 24x7
www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): 'Piacenza 1714 progetto molto importante' - Key4biz

Key4biz | 30321 | 52 minuti fa

Economia - Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi ... ...
Leggi la notizia

Persone: mauro rosati dop
Organizzazioni: qualivita autogrill
Prodotti: ricette made in italy
Luoghi: piacenza italia
Tags: key4biz igp

ALTRE FONTI (6)

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy - Key4biz

Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di ...
Key4biz - 52 minuti fa

Persone: alessio mammi luca d'alba
Organizzazioni: autogrill avolta
Prodotti: made in italy reti
Luoghi: piacenza italia
Tags: modena igp dop

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): 'Bene panino Piacenza 1714' - Key4biz

"Piacenza è l'unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l'Emilia - Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ...
Key4biz - 52 minuti fa

Persone: alessio mammi dop
Organizzazioni: autogrill google
Prodotti: lavoro
Luoghi: piacenza e.romagna
Tags: key4biz italiana

D'Alba (Avolta): 'Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze' - Key4biz

"Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, ...
Key4biz - 52 minuti fa

Persone: luca d'alba origini edition
Organizzazioni: autogrill federazione italiana pubblici esercizi
Luoghi: piacenza alberoni
Tags: lancio key4biz

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): 'Bene panino Piacenza 1714'

'Far conoscere queste eccellenze a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade'
Adnkronos - 3 ore fa

Organizzazioni: autogrill
Luoghi: e.romagna piacenza
Tags: mammi autostrade

Rosati (Qualivita): 'Piacenza 1714 progetto molto importante'

'Mette al primo posto, per la qualit e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani .
Adnkronos - 3 ore fa

Persone: dop
Organizzazioni: qualivita
Luoghi: piacenza
Tags: igp comunicazione

CONDIVIDI QUESTA PAGINA SU
Facebook Twitter Invia RSS

Tag Persone Organizzazioni Luoghi Prodotti

Termini e condizioni d'uso - Contattaci

Conosci Libero Mail?
Sai che Libero ti offre una mail gratis con 5GB di spazio cloud su web, cellulare e tablet?
Scopri di più

CITTA'
Milano Palermo Perugia
Roma Firenze Cagliari
Napoli Genova Trento
Bologna Catanzaro Potenza
Venezia Ancona Campobasso
Torino Trieste Aosta
Bari L'Aquila
Altre città

FOTO

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): 'Bene panino Piacenza 1714'
Adnkronos - 3 ore fa

Rosati (Qualivita): 'Piacenza 1714 progetto molto importante'
Adnkronos - 3 ore fa

1 di 1

Gli articoli sono stati selezionati e posizionati in questa pagina in modo automatico. L'ora o la data visualizzate si riferiscono al momento in cui l'articolo è stato aggiunto o aggiornato in Libero 24x7

italiaonline

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

accadeora.it
www.ecostampa.it

Videonews

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

By **Redazione** - 29/09/2026 2 0

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition

Forbidden

POST POPOLARI

Premier League: "City colpevole di irregolarità finanziarie". Il club replica: "Noi estranei alle accuse"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

accadeora.it

www.ecostampa.it

Piacenza, 29 set. (askanews) – Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso."Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano – spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta – utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa – prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie – ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi – e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione – dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

Previous article
Bergamotto (Mimit): "Con 74 miliardi di fatturato e 69 di export la farmaceutica è settore strategico"

Next article
Ancora raid a Gaza: 4 morti e diversi feriti, anche bambini

POST RECENTI

VIDEONEWS

VIDEONEWS

Lilly al congresso Ue sul diabete con installazioni e tram storico

L'età della prepotenza, Dassù: "Usa e Cina usano l'economia come un'arma"

Zidane, gaffe del giornalista dopo Belgio-Francia: "Sono con l'allenatore del Real Madrid"

I 90 anni di Berlusconi, video 'The best of' con Happy Birthday di Marylin Monroe

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

accadeora.it

www.ecostampa.it

Attualità

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

By **Redazione** - 29/09/2026 1 0

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

accadeora.it

www.ecostampa.it

parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

POST POPOLARI

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Scuola, anche a Napoli spuntano gli striscioni 'Qui nessuno è straniero'

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

accadeora.it

www.ecostampa.it

Previous article
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Next article
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

POST RECENTI

ATTUALITÀ

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

(Adnkronos) - È stato trovato morto ieri sera, nella sua casa di Milano, il vicedirettore del quotidiano 'Libero', Andrea Tempestini. Il corpo del 40enne è stato rinvenuto ieri sera dai vigili del fuoco e dai carabinieri della stazione Porta Garibaldi nel suo appartamento di via Belinzaghi, in zona Maciachini. Si escluderebbe al momento che il...

29/09/2026

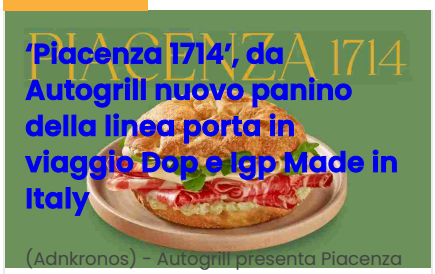
ATTUALITÀ

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

(Adnkronos) - "Con un nuovo premio da 50 mila euro dedicato agli artisti italiani mid career, Fondazione Fiera Milano rafforza il proprio impegno al fianco di MiArt e sceglie di investire ancora di più nell'arte e nella cultura italiana. Una scelta che nasce da una convinzione precisa: la cultura non è soltanto un patrimonio da tutelare,...

29/09/2026

ATTUALITÀ



'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato:...

29/09/2026

ATTUALITÀ

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

(Adnkronos) - L'Aston Martin sceglie la linea della continuità e annuncia il rinnovo dei contratti dei piloti Fernando Alonso e Lance Stroll anche per la stagione 2027. Una conferma che permetterà alla scuderia inglese di mantenere inalterata la propria coppia di piloti per il quinto campionato consecutivo, affidandosi all'esperienza accumulata dal binomio per proseguire il...

29/09/2026

LOAD MORE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

accadeora.it
www.ecostampa.it

Attualità

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

By **Redazione** - 29/09/2026 1 0

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente

POST POPULARI

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

accadeora.it

www.ecostampa.it

arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard

In Spagna il governo "risolve" l'emergenza casa bloccando gli sfratti fino al 2030

Legge elettorale, niente 'spie' sul voto: tribuna stampa interdetta allo staff

In casa un'arma, droga e due coccodrilli: arrestato

Schillaci: "Farmaci equivalenti chiave per la sostenibilità del Ssn, lavoriamo a governance moderna ed efficiente"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

accadeora.it
www.ecostampa.it

qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

accadeora.it
www.ecostampa.it

Previous article
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

POST RECENTI

ATTUALITÀ

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

(Adnkronos) - Aston Martin sceglie la linea della continuità e annuncia il rinnovo dei contratti dei piloti Fernando Alonso e Lance Stroll anche per la stagione 2027. Una conferma che permetterà alla scuderia inglese di mantenere inalterata la propria coppia di piloti per il quinto campionato consecutivo, affidandosi all'esperienza accumulata dal binomio per proseguire il...

29/09/2026

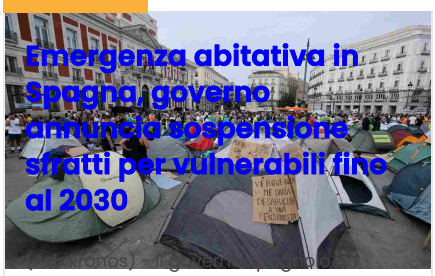
ATTUALITÀ

In casa un'arma, droga e due coccodrilli: arrestato

(Adnkronos) - Detenevano in casa due esemplari [illegible] un'arma e droga. I carabinieri del Nucleo Cites di Catania insieme al personale della Sezione operativa della Compagnia di Ragusa e della Stazione di Santa Croce Camerina, hanno arrestato un uomo di 53 anni per detenzione abusiva di armi e produzione e detenzione illecita di sostanze...

29/09/2026

ATTUALITÀ



Emergenza abitativa in Spagna, governo annuncia sospensione sfratti per vulnerabili fino al 2030

(Adnkronos) - Il governo spagnolo [illegible] annunciato la sospensione degli sfratti fino al 2030 per le persone e famiglie in condizioni di vulnerabilità sociale ed economico e il rinnovo automatico dei contratti di affitto, con l'obiettivo di arginare la crisi abitativa che colpisce il Paese, nel pieno delle proteste sociali. Le due misure, annunciate su...

29/09/2026

ATTUALITÀ

Schillaci: "Farmaci equivalenti chiave per la sostenibilità del Ssn, lavoriamo a governance moderna ed efficiente"

(Adnkronos) - I farmaci equivalenti rappresentano una risorsa importante per il Servizio sanitario nazionale: contribuiscono a garantire l'accesso alle cure e a utilizzare in maniera più efficiente le risorse disponibili, favorendo la sostenibilità dell'assistenza farmaceutica". Ecco perché, "in uno scenario internazionale complesso, è essenziale rafforzare le filiere produttive e assicurare la continuità degli approvvigionamenti". Lo...

29/09/2026

LOAD MORE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Attualità

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

By **Redazione** - 29/09/2026 2 0

Facebook | Twitter | Pinterest | WhatsApp

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

accadeora.it

www.ecostampa.it

di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Previous article
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Next article
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

POST RECENTI

ATTUALITÀ

Russia avverte la Nato: "Pronti a difendere Kaliningrad con intero arsenale, rischio di confronto militare diretto"

(Adnkronos) - Botta e risposta tra la Russia e la Nato. Mosca, attraverso l'ambasciata russa in Belgio, ha avvertito la Nato che la politica irresponsabile dell'Alleanza nei confronti dell'exclave russa di Kaliningrad, sul Baltico, "aumenta il rischio di un confronto militare diretto, perché Mosca è pronta a utilizzare il proprio intero arsenale di armi per...

29/09/2026

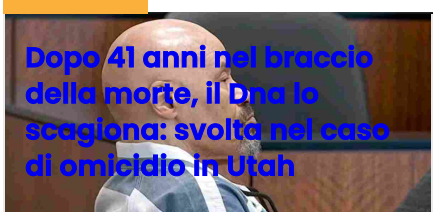
ATTUALITÀ

Gilardino è nuovo allenatore del Parma

(Adnkronos) - Ora è ufficiale: Alberto Gilardino è il nuovo allenatore del Parma al posto di Carlos Cuesta. Lo ha annunciato il club emiliano con una nota sul proprio sito web. Alberto Gilardino è quindi l'allenatore del Parma Calcio 1913. Il nuovo responsabile tecnico della Prima Squadra maschile ha sottoscritto un contratto sino al...

29/09/2026

ATTUALITÀ



Dopo 41 anni nel braccio della morte, il Dna lo scagiona: svolta nel caso di omicidio in Utah

ATTUALITÀ

Milan, infortunio per Saelemaekers: si fa male alla caviglia in allenamento

POST POPOLARI

Salute, Servadio (Ofi Lazio): "Fisioterapista parte essenziale dell'équipe multidisciplinare, anche in ambito sportivo"

Giovani, 'Gen P' a Parma: obiettivo essere protagonisti della politica

Russia avverte la Nato: "Pronti a difendere Kaliningrad con intero arsenale, rischio di confronto militare diretto"

Gilardino è nuovo allenatore del Parma

Dopo 41 anni nel braccio della morte, il Dna lo scagiona: svolta nel caso di omicidio in Utah

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

adnkronos.com
adnkronos
www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ´Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

adnkronos.com
adnkronos

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita" Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

adnkronos.com
adnkronos
www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

adnkronos.com
adnkronos

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Eventi formativi a distanza dedicati ai Medici di Medicina Generale, Medici Specialisti e Odontoiatri e Farmacisti. Corsi ECM FAD

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

adnkronos.com
adnkronos
www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

"Mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

affaritaliani.it
www.ecostampa.it

affaritaliani

Fondato nel 1996 da Angelo Maria Perrino
Direttore responsabile Marco Scotti

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

affaritaliani.it

www.ecostampa.it

Redazione
Affaritaliani
29 Settembre 2026,
15:02

Seguici su
Google Discover
Fonti preferite

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Leggi anche

-
essere responsabilizzato

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

affaritaliani.it

www.ecostampa.it

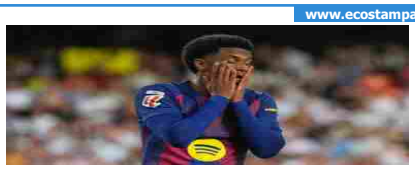
Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere



gennaio

commerciale in cinque città

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

affaritaliani

Fondato nel 1996 da Angelo Maria Perrino
Direttore responsabile Marco Scotti

© 1996 – 2026 Uomini & Affari S.r.l. Tutti i diritti sono riservati

Testata giornalistica registrata, Direttore responsabile Marco Scotti, Reg. Trib. di Milano n° 210 dell'11 aprile 1996 – P.I. 11321290154

Affaritaliani, prima di pubblicare foto, video o testi da internet, compie tutte le opportune verifiche al fine di accertarne il libero regime di circolazione e non violare i diritti di autore o altri diritti esclusivi di terzi. Per segnalare alla redazione eventuali errori nell'uso del materiale riservato, scriveteci a tecnici@affaritaliani.it.: provvederemo prontamente alla rimozione del materiale lesivo di diritti di terzi.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

affaritaliani.it
www.ecostampa.it

affaritaliani

Fondato nel 1996 da Angelo Maria Perrino
Direttore responsabile Marco Scotti

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

affaritaliani.it

www.ecostampa.it

Redazione Affaritaliani
29 Settembre 2026, 14:51

Seguici su
Google Discover
Fonti preferite

Leggi anche

-
essere responsabilizzato
-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

affaritaliani.it

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

gennaio

-

-

commerciale in cinque città

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ALIMENTANDO
IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE
DIRETTO DA ANGELO FRIGERIO

Piacenza 1714: presentato il nuovo panino Autogrill che valorizza le eccellenze Dop e Igp

29 Settembre 2026 - 16:40 | Categorie: Mercato | Tag: Aceto balsamico di Modena Igp, asiago dop, autogrill, Avolta, Coppa Piacentina Dop, Luca D'Alba, Piacenza 1714

Piacenza – **Autogrill, parte di Avolta, presenta Piacenza 1714**, la **nuova proposta del progetto Origini Edition** che celebra la **Coppa Piacentina Dop**, l'**Asiago Dop fresco** e l'**Aceto Balsamico di Modena Igp**, accompagnati da crema di carciofi e songino. **Alla conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza hanno partecipato**: Katia Tarasconi, Sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, Assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, Direttore Generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, Presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra.

La denominazione '1714' nasce **da una testimonianza storica** custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine, spiega una nota. Proprio in quell'anno, **il cardinale Giulio Alberoni**, originario del territorio di Piacenza e **primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V**, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente **arrivare in Spagna i salumi della propria terra** – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso **dono diplomatico** nelle relazioni con le diverse corti europee.

L'impegno di Autogrill**, attraverso Origini Edition,** per la valorizzazione delle eccellenze in un Paese come l'Italia si riflette **anche nell'approvvigionamento** dell'azienda: circa **il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia** e il suo attuale **assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati**.

LE NOSTRE RIVISTE

In questa sezione sono disponibili i numeri delle riviste del gruppo Tespi dedicate al settore alimentare:

Salumi&Consumi
Salumi&Tecnologie
Carni&Consumi
Formaggi&Consumi
Formaggi&Tecnologie
DolciSalati&Consumi
Surgelati&Consumi
Grocery&Consumi
Vini&Consumi
Luxury Food & Beverage
The Italian Food Magazine
Tech4Food
Italy For Asia

GLI EDITORIALI DEL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

alimentando.info
ALIMENTANDO

www.ecostampa.it

Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, ha dichiarato: "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, raccontando il valore della cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate".

(FR)

Condividi

Cerca...

Il Pastificio Avesani a fianco del Banco Alimentare

Media error: Format(s) not supported or source(s) not found

Scarica il file: https://www.youtube.com/watch?v=qrfn2gOMpmo&_=1

DIRETTORE

A proposito di smart working

LE APERTURE DEL VENERDI'

Maria Galfo (Penny): "Roma ha risposto particolarmente bene in estate"

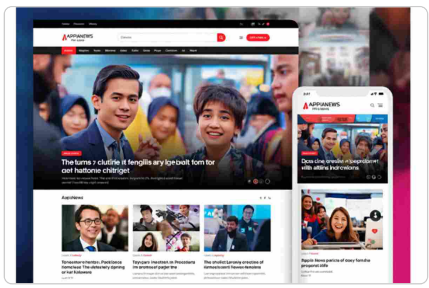
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

AppiaNews.it

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy



(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Scopri di più News Consulta Mappe Interattive Acquista Equipaggiamento Tattico Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

AppiaNews.it
www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714 ´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

askanews.it
askanews
www.ecostampa.it

VIDEOINFO

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition

SET 29, 2026 Video

Piacenza, 29 set. (askanews) – Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.

"Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano – spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta – utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia".

L'agenzia di stampa e i podcast Askanews presenta un anno di approfondimenti
info & imprese
askanews
Segui la Pagina 185.217 follower

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

askanews.it
askanews
www.ecostampa.it

Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa – prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".

Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie – ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi – e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".

La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione – dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".

E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

bolognanotizie.com
BOLOGNA NOTIZIE
www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04

1' di lettura 21

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

bolognanotizie.com
BOLOGNA NOTIZIE
www.ecostampa.it

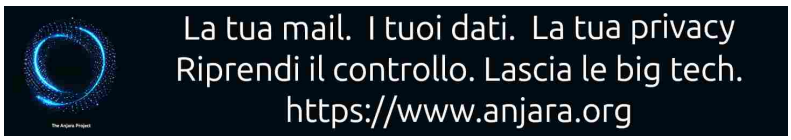
00:00 / 00:00

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 21 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

BOLOGNA NOTIZIE
Leggi tutti...

vivere emilia romagna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Riccione: Qualità dell'aria e tutela della salute: al via dal...

Riccione: Arboreto Cicchetti, dal paintball agli esposti...

Pablo Daniel Osvaldo: migliorano le condizioni di salute...

Furti nei negozi: dati, soluzioni e casi reali per prevenire...

Leggi tutti...

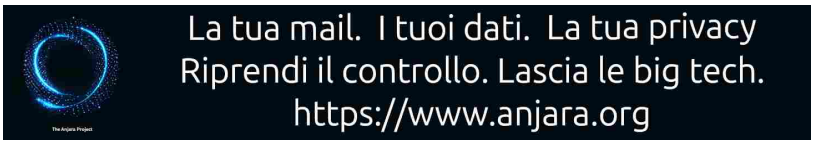
vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

bolognanotizie.com
BOLOGNA NOTIZIE
www.ecostampa.it

BOLOGNA NOTIZIE



LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00 1' di lettura 103

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

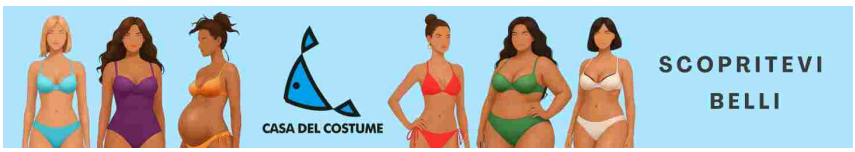
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

bolognanotizie.com
BOLOGNA NOTIZIE

www.ecostampa.it

ARGOMENTI video

da **Adnkronos**



Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 103 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

BOLOGNA NOTIZIE

Leggi tutti...

vivere emilia romagna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Furti nei negozi: dati, soluzioni e casi reali per prevenire...

Riccione: Arboreto Cicchetti, dal paintball agli esposti...

Pablo Daniel Osvaldo: migliorano le condizioni di salute...

Riccione: Qualità dell'aria e tutela della salute: al via dal...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

CAGLIARI LIVE MAGAZINE

LE NOTIZIE DA CAGLIARI, DALL'ITALIA E DAL MONDO

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29 Settembre 2026 | Fonte Esterna | VideoNews | 0

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

SEGUICI SU FACEBOOK

Cagliari Live Magazine & W.
15.457 follower
Segui la Pagina
Con

CANALE TELEGRAM

Telegram

CAGLIARI E AREA METROPOLITANA

Quartu, due pini pericolanti rimossi in via Paganini: resteranno otto alberi
28 Settembre 2026 | 0

Cagliari e hinterland, violenza domestica: due uomini arrestati dai Carabinieri
28 Settembre 2026 | 0

Assemini, droga dalla Spagna nei pacchi: sequestrati 4,5 kg di hashish e 300 grammi di cocaina
28 Settembre 2026 | 0

Hinterland di Cagliari, controlli dei Carabinieri: due ai domiciliari trovati fuori casa e un 19enne con

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 Settembre 2026 | Fonte Esterna | PRIMA PAGINA | 0

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio:

SEGUICI SU FACEBOOK

Cagliari Live Magazine & W.
15.457 follower
Segui la Pagina
Con

CANALE TELEGRAM

Telegram

CAGLIARI E AREA METROPOLITANA

Quartu, due pini pericolanti rimossi in via Paganini: resteranno otto alberi
28 Settembre 2026 | 0

Cagliari e hinterland, violenza domestica: due uomini arrestati dai Carabinieri
28 Settembre 2026 | 0

Assemini, droga dalla Spagna nei pacchi: sequestrati 4,5 kg di hashish e 300 grammi di cocaina
28 Settembre 2026 | 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

PRIMA PAGINA

« PRECEDENTE
The italian diplomatic activity from abroad – September 28, 2026

SUCCESSIVO »
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ARTICOLI CORRELATI

Hinterland di Cagliari, controlli dei Carabinieri: due ai domiciliari trovati fuori casa e un 19enne con droga e banconote false

27 Settembre 2026 0

Migranti a Monastir, Schirru: «Comuni lasciati soli, servono più controlli e numeri sostenibili»

26 Settembre 2026 0

ARCHIVI

Seleziona il mese

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

CAGLIARI LIVE MAGAZINE
LE NOTIZIE DA CAGLIARI, DALL'ITALIA E DAL MONDO

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026 | Fonte Esterna | PRIMA PAGINA | 0

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti

SEGUICI SU FACEBOOK
Cagliari Live Magazine & W.
15.457 follower
Segui la Pagina
Con

CANALE TELEGRAM
Telegram

CAGLIARI E AREA METROPOLITANA

Quartu, due pini pericolanti rimossi in via Paganini: resteranno otto alberi
28 Settembre 2026 | 0

Cagliari e hinterland, violenza domestica: due uomini arrestati dai Carabinieri
28 Settembre 2026 | 0

Assemini, droga dalla Spagna nei pacchi: sequestrati 4,5 kg di hashish e 300 grammi di cocaina
28 Settembre 2026 | 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Hinterland di Cagliari, controlli dei Carabinieri: due ai domiciliari trovati fuori casa e un 19enne con droga e banconote false

27 Settembre 2026 0

Migranti a Monastir, Schirru: «Comuni lasciati soli, servono più controlli e numeri sostenibili»

26 Settembre 2026 0

ARCHIVI

Seleziona il mese

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

PRIMA PAGINA

« PRECEDENTE
Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

SUCCESSIVO »
Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

ARTICOLI CORRELATI

Incidente sulla Ternana, 58enne ricoverato a Perugia sottoposto ad accertamento morte

Anticiclone addio, arriva il maltempo con pioggia e neve: le regioni colpite

Massimo Boldi, la figlia: "Sta bene, è caduto mentre passeggiava con la famiglia"

COMMENTA PER PRIMO

Lascia un commento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

www.ecostampa.it

CAGLIARI LIVE MAGAZINE
LE NOTIZIE DA CAGLIARI, DALL'ITALIA E DAL MONDO

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29 Settembre 2026 | Fonte Esterna | VideoNews | 0

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

SEGUICI SU FACEBOOK

Cagliari Live Magazine & W.
15.457 follower
Segui la Pagina
Con

CANALE TELEGRAM

Telegram

CAGLIARI E AREA METROPOLITANA

Quartu, due pini pericolanti rimossi in via Paganini: resteranno otto alberi
28 Settembre 2026 | 0

Cagliari e hinterland, violenza domestica: due uomini arrestati dai Carabinieri
28 Settembre 2026 | 0

Assemini, droga dalla Spagna nei pacchi: sequestrati 4,5 kg di hashish e 300 grammi di cocaina
28 Settembre 2026 | 0

Hinterland di Cagliari, controlli dei Carabinieri: due ai domiciliari trovati fuori casa e un 19enne con

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

CAGLIARI LIVE MAGAZINE
LE NOTIZIE DA CAGLIARI, DALL'ITALIA E DAL MONDO

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 Settembre 2026 | Fonte Esterna | PRIMA PAGINA | 0

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

SEGUICI SU FACEBOOK
Cagliari Live Magazine & W.
15.457 follower
Segui la Pagina
Con

CANALE TELEGRAM
Telegram

CAGLIARI E AREA METROPOLITANA

Quartu, due pini pericolanti rimossi in via Paganini: resteranno otto alberi
28 Settembre 2026 | 0

Cagliari e hinterland, violenza domestica: due uomini arrestati dai Carabinieri
28 Settembre 2026 | 0

Assemini, droga dalla Spagna nei pacchi: sequestrati 4,5 kg di hashish e 300 grammi di cocaina
28 Settembre 2026 | 0

Hinterland di Cagliari, controlli dei Carabinieri: due ai domiciliari trovati fuori casa e un 19enne con

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

PRIMA PAGINA

« PRECEDENTE
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

SUCCESSIVO »
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ARTICOLI CORRELATI

Coppa Davis, quando la semifinale Italia-Belgio? Data, orario e dove vederla

Groenlandia, Trump pronto a comprarla: la mossa del presidente Usa e gli scenari

Sinner, il Re di Wimbledon incontra la Royal Family: "Giocate a tennis?"

COMMENTA PER PRIMO

Lascia un commento

Devi essere connesso per inviare un commento.

droga e banconote false
27 Settembre 2026 0

Migranti a Monastir, Schirru: «Comuni lasciati soli, servono più controlli e numeri sostenibili»
26 Settembre 2026 0

ARCHIVI

Seleziona il mese

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ULTIM'ORA Repubblica Congo, firmato accordo di collaborazione con Fondazione Med-Or

Italia Mondo

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026

condividi Facebook WhatsApp

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CALABRIANEWS.IT

www.ecostampa.it

Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CALABRIANEWS.IT

www.ecostampa.it

sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

TAGS adnkronos ultimora

condividi Facebook WhatsApp

© Newspaper WordPress Theme by TagDiv Redazione Informazioni pubblicitarie Collabora con Noi Privacy Policy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Di **Adnkronos** - martedì 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CANALEDIECI.IT

www.ecostampa.it

I più recenti

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per...
martedì 29 Settembre 2026

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia...
martedì 29 Settembre 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
martedì 29 Settembre 2026

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
martedì 29 Settembre 2026

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto...
martedì 29 Settembre 2026

Arte, giostre ecologiche e silent disco: torna per due weekend il...
martedì 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ALTRO DALL'AUTORE

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

CANALEDIECI

CHI SIAMO

Canale Dieci è la TV in chiaro del digitale terrestre presente al numero 10 del telecomando nella Regione Lazio con programmi e informazioni adatti a tutti.

Scarica su App Store

DISPONIBILE SU Google Play

Contattaci: redazione@canaledieci.it

SEGUICI

© Canale Dieci s.r.l. Tutti i diritti riservati.

Meteo Traffico Chi siamo Contatti Canali Pubblicità Privacy Policy Preferenze Privacy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Di **Adnkronos** - martedì 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CANALEDIECI.IT

www.ecostampa.it

I più recenti

Bucano il muro del locale caldaie, ma il furto in banca...
martedì 29 Settembre 2026

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a...
martedì 29 Settembre 2026

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea...
martedì 29 Settembre 2026

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti...
martedì 29 Settembre 2026

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per...
martedì 29 Settembre 2026

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia...
martedì 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ALTRO DALL'AUTORE

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Di **Adnkronos** - martedì 29 Settembre 2026

I più recenti

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per...
martedì 29 Settembre 2026

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia...
martedì 29 Settembre 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
martedì 29 Settembre 2026

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"
martedì 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CANALEDIECI.IT

www.ecostampa.it

Arte, giostre ecologiche e silent disco: torna per due weekend il...
martedì 29 Settembre 2026

In casa un'arma, droga e due coccodrilli: arrestato
martedì 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ALTRO DALL'AUTORE

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

CANALEDIECI

CHI SIAMO

Canale Dieci è la TV in chiaro del digitale terrestre presente al numero 10 del telecomando nella Regione Lazio con programmi e informazioni adatti a tutti.

Scarica su App Store

DISPONIBILE SU Google Play

Contattaci: redazione@canaledieci.it

SEGUICI

© Canale Dieci s.r.l. Tutti i diritti riservati.

Meteo Traffico Chi siamo Contatti Canali Pubblicità Privacy Policy Preferenze Privacy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Chivassoggi
Edizione locale IlNazionale.it

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Cronaca
Da 10 giorni in sciopero della fame per Gaza: "Meloni riconosca il genocidio in Palestina"

Leggi tutte le notizie

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IN BREVE
martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

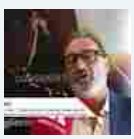
Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"


Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ChivassOggi
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

RUBRICHE

Ambiente e Natura
ViviChivasso
Non solo Fumetti

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Cronaca
Da 10 giorni in sciopero della fame per Gaza: "Meloni riconosca il genocidio in Palestina"

Leggi tutte le notizie

| 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso

IN BREVE

martedì 29 settembre

1 e 2 ottobre: torna a La Mandria la quarta edizione del Trofeo Giovanni Nasi & Arval Argenti, la competizione internazionale dedicata ai golfisti con disabilità

Istinti d'Arte: a Torino sette sguardi sull'arte contemporanea, in omaggio a Lidia Poët

Grande successo per il Consorzio Birra Origine Piemonte a Terra Madre Salone del Gusto 2026

lunedì 28 settembre

Al via in Piemonte la campagna di vaccinazione antinfluenzale

Meteo su Torino, l'anticiclone non arretra. E la pioggia rimane ancora un miraggio

Carburanti, anche a Torino arriva il taglio dei prezzi di benzina e diesel per le stazioni dell'Eni (ma niente code)

Fabbro urgente Milano: come funziona davvero un intervento

domenica 27 settembre

Sagra del Riso di Sanfrè 2026: dal 2 al 12 ottobre l'XI edizione che unisce territorio, tradizione e innovazione

venerdì 25 settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHIVASSOGGI.IT

www.ecostampa.it

un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Cirio firma la legge per salvare i negozi di vicinato: "Serrande alzate per la sicurezza delle città"

Guerra al caro pieno: Eni lancia il price cap sui carburanti da lunedì 28 settembre

Copyright © 2017 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Chivassoggi
Edizione locale IlNazionale.it

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Cronaca
Da 10 giorni in sciopero della fame per Gaza: "Meloni riconosca il genocidio in Palestina"

Leggi tutte le notizie

| 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e

IN BREVE

martedì 29 settembre

1 e 2 ottobre: torna a La Mandria la quarta edizione del Trofeo Giovanni Nasi & Arval Argenti, la competizione internazionale dedicata ai golfisti con disabilità

Istinti d'Arte: a Torino sette sguardi sull'arte contemporanea, in omaggio a Lidia Poët

Grande successo per il Consorzio Birra Origine Piemonte a Terra Madre Salone del Gusto 2026

lunedì 28 settembre

Al via in Piemonte la campagna di vaccinazione antinfluenzale

Meteo su Torino, l'anticiclone non arretra. E la pioggia rimane ancora un miraggio

Carburanti, anche a Torino arriva il taglio dei prezzi di benzina e diesel per le stazioni dell'Eni (ma niente code)

Fabbro urgente Milano: come funziona davvero un intervento

domenica 27 settembre

Sagra del Riso di Sanfrè 2026: dal 2 al 12 ottobre l'XI edizione che unisce territorio, tradizione e innovazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CHIVASSOGGI.IT

www.ecostampa.it

Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che

venerdì 25 settembre

Cirio firma la legge per salvare i negozi di vicinato: "Serrande alzate per la sicurezza delle città"

Guerra al caro pieno: Eni lancia il price cap sui carburanti da lunedì 28 settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Copyright © 2017 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Chivassoggi
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

RUBRICHE

Ambiente e Natura
ViviChivasso
Non solo Fumetti

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Da 10 giorni in sciopero della fame per Gaza: "Meloni riconosca il genocidio in Palestina"

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Leggi tutte le notizie

| 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IN BREVE

martedì 29 settembre

1 e 2 ottobre: torna a La Mandria la quarta edizione del Trofeo Giovanni Nasi & Arval Argenti, la competizione internazionale dedicata ai golfisti con disabilità

Istinti d'Arte: a Torino sette sguardi sull'arte contemporanea, in omaggio a Lidia Poët

Grande successo per il Consorzio Birra Origine Piemonte a Terra Madre Salone del Gusto 2026

lunedì 28 settembre

Al via in Piemonte la campagna di vaccinazione antinfluenzale

Meteo su Torino, l'anticiclone non arretra. E la pioggia rimane ancora un miraggio

Carburanti, anche a Torino arriva il taglio dei prezzi di benzina e diesel per le stazioni dell'Eni (ma niente code)

Fabbro urgente Milano: come funziona davvero un intervento

domenica 27 settembre

Sagra del Riso di Sanfrè 2026: dal 2 al 12 ottobre l'XI edizione che unisce territorio, tradizione e innovazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHIVASSOGGI.IT

www.ecostampa.it

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

venerdì 25 settembre

Cirio firma la legge per salvare i negozi di vicinato: "Serrande alzate per la sicurezza delle città"

Guerra al caro pieno: Eni lancia il price cap sui carburanti da lunedì 28 settembre

Copyright © 2017 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ChivassOggi
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

RUBRICHE
Ambiente e Natura
ViviChivasso
Non solo Fumetti

ACCADEVA UN ANNO FA

1 ANNO FA
Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

1 ANNO FA
Cronaca
Da 10 giorni in sciopero della fame per Gaza: "Meloni riconosca il genocidio in Palestina"

Leggi tutte le notizie

| 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IN BREVE

martedì 29 settembre

1 e 2 ottobre: torna a La Mandria la quarta edizione del Trofeo Giovanni Nasi & Arval Argenti, la competizione internazionale dedicata ai golfisti con disabilità

Istinti d'Arte: a Torino sette sguardi sull’arte contemporanea, in omaggio a Lidia Poët

Grande successo per il Consorzio Birra Origine Piemonte a Terra Madre Salone del Gusto 2026

lunedì 28 settembre

Al via in Piemonte la campagna di vaccinazione antinfluenzale

Meteo su Torino, l'anticiclone non arretra. E la pioggia rimane ancora un miraggio

Carburanti, anche a Torino arriva il taglio dei prezzi di benzina e diesel per le stazioni dell'Eni (ma niente code)

Fabbro urgente Milano: come funziona davvero un intervento

domenica 27 settembre

Sagra del Riso di Sanfrè 2026: dal 2 al 12 ottobre l'XI edizione che unisce territorio, tradizione e innovazione

venerdì 25 settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CHIVASSOGGI.IT

www.ecostampa.it

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Cirio firma la legge per salvare i negozi di vicinato: "Serrande alzate per la sicurezza delle città"

Guerra al caro pieno: Eni lancia il price cap sui carburanti da lunedì 28 settembre

Copyright © 2017 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CIAOUP.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze

(Adnkronos) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali, evidenzia D´Alba. Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info) Lascia questo campo vuoto Hey, Ciao ?? Piacere di conoscerti. Iscriviti per ricevere i contenuti principali nella tua casella di posta, ogni settimana. Non inviamo spam! Leggi la nostra Informativa sulla privacy per avere maggiori informazioni. Controlla la tua casella di posta o la cartella spam per confermare la tua iscrizione Post Views: Tags:

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come 'bondiola´ – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D´Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome 'Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". — economia webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

Lascia questo campo vuoto Hey, Ciao ?? Piacere di conoscerti. Iscriviti per ricevere i contenuti principali nella tua casella di posta, ogni settimana. Non inviamo spam! Leggi la nostra Informativa sulla privacy per avere maggiori informazioni. Controlla la tua casella di posta o la cartella spam per confermare la tua iscrizione Post Views: Tags:

[Piacenza 1714´, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

CIAOUP.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info) Lascia questo campo vuoto Hey, Ciao ?? Piacere di conoscerti. Iscriviti per ricevere i contenuti principali nella tua casella di posta, ogni settimana. Non inviamo spam! Leggi la nostra Informativa sulla privacy per avere maggiori informazioni. Controlla la tua casella di posta o la cartella spam per confermare la tua iscrizione Post Views: Tags:

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

cittadinapoli.com
cittadinapoli

www.ecostampa.it

In Spagna il governo "risolve" l'emergenza casa bloccando gli sfratti fino al 2030

Sempre che riesca a far approvare i due decreti in parlamento. Intanto i manifestanti restano accampati nelle piazze

Wanna Marchi e Stefania Nobile premiate al Campidoglio: è polemica. Il mea culpa dell'assessore

Scoppia il caso politico dopo il riconoscimento assegnato all'interno della Sala della Protomoteca

In Uganda un giornalista diventa re. È stato presentatore e inviato della tv locale

Il giornalista-sovrano ha assicurato che il palazzo sarà aperto al pubblico e che il rapporto con i sudditi sarà all'insegna dello scambio

Fumo dalle finestre e studenti sui cornicioni, a Kiev colpita l'Accademia della Scienza: 2 vittime

Diversi i feriti. Sulla capitale ucraina sono proseguiti da ieri gli attacchi russi, anche in pieno giorno e in centro storico, colpito pure un centro medico

Attualità

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

By **Redazione** - 29/09/2026 1 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al

POST POPOLARI

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Scuola, anche a Napoli spuntano gli striscioni 'Qui nessuno è straniero'

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Previous article
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Next article
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

POST RECENTI

ATTUALITÀ

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

(Adnkronos) - È stato trovato morto ieri sera, nella sua casa di Milano, il vicedirettore del quotidiano 'Libero', Andrea Tempestini. Il corpo del 40enne è stato rinvenuto ieri sera dai vigili del fuoco e dai carabinieri della stazione Porta Garibaldi nel suo appartamento di via Belinzaghi, in zona Maciachini. Si escluderebbe al momento che il...

29/09/2026

ATTUALITÀ

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

(Adnkronos) - "Con un nuovo premio da 50 mila euro dedicato agli artisti italiani mia sorella, Fondazione Fiera Milano rafforza il proprio impegno al fianco di MiArt e sceglie di investire ancora di più nell'arte e nella cultura italiana. Una scelta che nasce da una convinzione precisa: la cultura non è soltanto un patrimonio da tutelare,...

29/09/2026

ATTUALITÀ

ATTUALITÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

cittadinapoli.com
cittadinapoli

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". The post appeared first on Citta di Napoli .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

cittadinapoli.com
cittadinapoli

www.ecostampa.it

Iran, Qatar: "Continuiamo a mediare, per de-escalation e Hormuz"

Oggi il presidente del Parlamento iraniano Mohammad Bagher Ghalibaf ha avvertito che, se gli Stati Uniti colpiranno ancora gli obiettivi iraniani, Teheran colpirà a sua volta le basi statunitensi nel Golfo

Accoltella a morte una prof: tragedia in una scuola in Slovacchia, fermato un 13enne

L'aggressione in un istituto nel villaggio di Staškov. Ci sono anche due feriti: il più grave è uno studente, non in pericolo di vita invece una donna di 44 anni

In Spagna il governo "risolve" l'emergenza casa bloccando gli sfratti fino al 2030

Sempre che riesca a far approvare i due decreti in parlamento. Intanto i manifestanti restano accampati nelle piazze

Wanna Marchi e Stefania Nobile premiate al Campidoglio: è polemica. Il mea culpa dell'assessore

Scoppia il caso politico dopo il riconoscimento assegnato all'interno della Sala della Protomoteca

Attualità

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

By **Redazione** - 29/09/2026 2 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

cittadinapoli.com
cittadinapoli

www.ecostampa.it

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Previous article
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Next article
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

EMMEGI REVISO
Consulenza aziendale e gestione contabile
segreteria@emmegireviso.it
Tel. +39 0816123885

POST POPOLARI

Fine vita, Zuppi: "Il suicidio non può diventare un diritto"

Milan, infortunio per Saelemaekers: si fa male alla caviglia in allenamento

Allarme punture dimagranti, l'avvertimento di Garattini: "I rischi per lo stomaco sono altissimi"

Iran, Qatar: "Continuiamo a mediare, per de-escalation e Hormuz"

Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

POST RECENTI

ATTUALITÀ

ATTUALITÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

il Cittadino dal 1941 CANADESE

Il giornale italiano 1° in Québec e in Canada

Rubriche

EDIZIONE DIGITALE

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

2026-09-29 11:43
cittadino Uncategorized

Piacenza, 29 set. (askanews) – Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.

"Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano – spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta – utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia".

Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa – prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".

Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie – ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi – e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".

La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione – dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".

E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

NOTIZIE RECENTI

Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"
(Adnkronos) – "Accesso, sicurezza delle forniture e capacità produttiva europea sono elementi essenziali di una
LEGGI »

Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"
(Adnkronos) – "Rafforzare la nostra autonomia strategica significa mantenere in Italia e in Europa la
LEGGI »

Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"
(Adnkronos) – "Accessibilità e sostenibilità" dei farmaci "vanno considerate insieme. I medicinali equivalenti sono una
LEGGI »

Pubblicità

Askanews

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

il Cittadino dal 1941 CANADESE

Il giornale italiano 1° in Québec e in Canada

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

2026-09-29 11:44
cittadino Labitalia

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

LASCIA UN COMMENTO

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento *

Nome *

NOTIZIE RECENTI

Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

(Adnkronos) – "Accesso, sicurezza delle forniture e capacità produttiva europea sono elementi essenziali di una

LEGGI »

Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

(Adnkronos) – "Rafforzare la nostra autonomia strategica significa mantenere in Italia e in Europa la

LEGGI »

Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"

(Adnkronos) – "Accessibilità e sostenibilità" dei farmaci "vanno considerate insieme. I medicinali equivalenti sono una

LEGGI »

Pubblicità

Askanews

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PUBBLICITÀ

970 × 90 / 728 × 90

CRONACA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Cop…

A cura della redazione29 settembre 2026 18:041 min di lettura

CONDIVIDI WhatsApp Facebook X Copia link

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CITYNOTIZIE.IT

www.ecostampa.it

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Fonte: **Adnkronos**

PUBBLICITÀ

300 × 250

PUBBLICITÀ

300 × 600

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PIÙ LETTI / CORRELATI

Malattie cardiometaboliche, l'Europa punta su prevenzione e cure

Giungla golf car a Roma, l'assessore regionale Ghera: "A breve norma per regolamentarne l'uso"

Famiglia nel bosco, Pillon: "Bambini tornati a casa per un'ora e mezza, un altro passo verso il rientro definitivo"

Ragazzo ucciso a Latina, minorenne accusato di omicidio pluriaggravato. "Delitto efferato"

152944-ITOQ67

Martedì 29 Settembre 2026
Contatti|Pubblicità|Termini & Privacy
Aggiungici alle fonti Google
Cerca
Aiuta la stampa libera
Supporta CN24TV
Scopri come
SICAR CONCESSIONARIO UFFICIALE AUTO E MOTO
AUTO & MOTO
AUTO: S.da Statale Ionica 106, 45 - CROTONE (KR) | MOTO: Via Giuseppe Laterza, 7 - CROTONE | Via Alto Adige 17 e Via Mezzetti 29c - TARANTO | Via Emilio Salgari, 31 - MATERA
CN24
Perché rimandare a domani le notizie che puoi leggere oggi
Homeitalia Calabria Catanzaro Cosenza Crotone Reggio Vibo Rubriche
Per temi
Iscriviti

CN24TV > cronaca > D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 Settembre 2026 - 14:50incronaca

Condividi

Condividi

00:00 /00:00

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CN24TV.IT (WEB)

www.ecostampa.it

eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—
economia
webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TAGGED: ultimora

Condividi

Ultime notizie
Sequestro a Genova, oltre trenta chili di droga negli elettrodomestici

dalla regione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

CN24TV.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. economia (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Martedì 29 Settembre 2026
Contatti|Pubblicità|Termini & Privacy
Aggiungici alle fonti Google
Cerca
Aiuta la stampa libera
Supporta CN24TV
Scopri come
QUANDO IL FUOCO SI ACCENDE, LA CALABRIA TI VEDE.
Una difesa senza precedenti nella lotta contro gli incendi dolosi.
calabriaverde.eu
CN24
Perché rimandare a domani le notizie che puoi leggere oggi
Homeitalia Calabria Catanzaro Cosenza Crotone Reggio Vibo Rubriche
Per temi
Iscriviti

CN24TV > cronaca > Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 Settembre 2026 - 14:51incronaca

Condividi

Condividi

00:00 /00:00

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CN24TV.IT (WEB)

www.ecostampa.it

di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TAGGED: ultimora

Condividi

Ultime notizie

dalla regione

Sequestro a Genova, oltre trenta chili di droga negli elettrodomestici
29 Settembre 2026 - 10:19

Voto in Calabria, le "sassate" di Occhiuto a Vannacci: "non ci serve! Ma svecchiamoci"
29 Settembre 2026 - 8:47

Madeo: "Richiesta di verifica sull'operatività delle strutture sanitarie"
28 Settembre 2026 - 13:57

Protesta agricoltori, Gallo: "Battaglia sacrosanta per la Calabria"
28 Settembre 2026 - 15:51

Barbuto (M5S) deposita mozione per tutelare ambiente, prevenire incendi e allagamenti
28 Settembre 2026 - 11:08

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

COMUNICAZIONENAZIONALE.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze

(Adnkronos) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali, evidenzia D´Alba. Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude. ALTRI POST

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

COMUNICAZIONENAZIONALE.IT

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

COMUNICAZIONENAZIONALE.IT

www.ecostampa.it

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. ALTRI POST

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

COMUNICAZIONENAZIONALE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. ALTRI POST

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ULTIM'ORA - ADNKRONOS In casa un'arma, droga e due coccodrilli: arrestato

Cerca nel sito

ENHANCED BY Google

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ADN-PRIMAPAGINA

29 Settembre 2026 45

Da leggere

Migiana di Corciano si prepara a trasformarsi in presepe vivente: un viaggio nella magia del Natale

21 Dicembre 2024

Capocavallo festeggia i 50 anni dell'associazione Aper 90

2 Giugno 2025

Eventi a Corciano: nel 2015 meno giorni per il Festival, si punta sui 'locali'

LEGGI ANCH
TRASIMENONLI

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

29 Gennaio 2015

Castelvieto apre il 2026 di Corciano in movimento

22 Gennaio 2026

Cultura digitale, il Comune di Corciano aderisce al progetto #Gemma. Braconi: "Oggi primo incontro sullo SPID"

8 Marzo 2021

Prima Pagina - AdnKronos

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

29 Settembre 2026

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

29 Settembre 2026

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

29 Settembre 2026

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

29 Settembre 2026

Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto,

Ultimissime

Alla Biblioteca Rodari torna il gruppo di lettura per ragazzi

28 Settembre 2026

Ha preso il via lo Sport Village Gherlinda, grande festa a Corciano

26 Settembre 2026

James Franco apre la stagione del Cucinelli con Desert Films

26 Settembre 2026

Laboratori e letture su Pinocchio alla Biblioteca Rodari

26 Settembre 2026

Misericordie e Fratres in cammino ad Assisi per il Pellegrinaggio nazionale

26 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"**Le nostre 46** produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"**Origini Edition è** pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

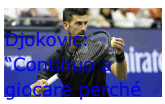
Corcianonline è accessibile liberamente e senza costi.
Ciò è possibile anche grazie al supporto di coloro che ci sostengono, convinti che un'informazione accurata sia fondamentale per la nostra comunità.
Se hai la possibilità, unisciti al nostro sforzo con una semplice donazione.

Scegli quanto donare a Corcianonline

2 €

Donazione

Può interessarti anche


Djokovic: "Continuo a giocare perché voglio vincere"

Giunta golf car a Roma, l'assessore Patanè: "Solo il 10% dei mezzi è autorizzato,...

Caro carburante, controlli sui distributori: Roma: sequestrati 26mila litri prodotto non conforme

Aston Martin punta sulle corse: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

© Corcianonline - Tutti i diritti riservati.

Contatti

Redazione:
redazione@corcianonline.it

Pubblicità:
corcianonline@gmail.com

Argomenti

CRONACA
POLITICA
ECONOMIA
GLOCAL
SPORT
EVENTI E CULTURA

Due notizie

Salute: in tanti in farmacia per gli screening di emicrania e maculopatia
29 Gennaio 2020

Venerdì 17 febbraio si apre il X Congresso di Rifondazione Comunista di Corciano
16 Febbraio 2017

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

corriereadriatico.it
Corriere Adriatico
www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ´Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento. POTREBBE INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

corriereadriatico.it
Corriere Adriatico
www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

EMBED Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso. "Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori". Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno". La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana". E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia.
POTREBBE INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

corriereadriatico.it
Corriere Adriatico
www.ecostampa.it

PROMO FLASH ACCEDI

Corriere Adriatico

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

martedì 29 settembre 2026, 14:50

Condividi

AGGIUNGI AI PREFERITI DISCOVER

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche.

adv

Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Condividi

© 2026 Corriere Adriatico -
Corriere Adriatico
Contatti Informazioni Legali Privacy Policy Cookie P rva TDM

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

corriereadriatico.it
Corriere Adriatico
www.ecostampa.it

PROMO FLASH ACCEDI

Corriere Adriatico

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

martedì 29 settembre 2026, 15:02

Condividi
AGGIUNGI AI PREFERITI
DISCOVER

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro.

adv

Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Condividi

Corriere Adriatico
© 2026 Corriere Adriatico ·
Contatti Informazioni Legali Privacy Policy Cookie P rva TDM

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

corriereadriatico.it
Corriere Adriatico
www.ecostampa.it

PROMO FLASH ACCEDI

Corriere Adriatico

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

martedì 29 settembre 2026, 14:51

Condividi

AGGIUNGI AI PREFERITI DISCOVER

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

agricoltura”, conclude.

Condividi

© 2026 Corriere Adriatico -
Corriere Adriatico
Contatti Informazioni Legali Privacy Policy Cookie P rva TDM

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

27.3 C Comune di Arezzo Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREaretino.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA ECONOMIA SPORT CULTURA ED EVENTI
CANALI

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

Condividere

6 ' di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop

COMUNE DI AREZZO
Cielo Sereno
27.3 C
29.3
27.3
34 % 0.6kmh 0 %
MAR 28° MER 27° GIO 25° VEN 25° SAB 24°

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

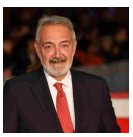
Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"


SALUTE E BENESSERE
Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

TECNOLOGIA
L'ESA affida a OVHcloud e CGI il progetto Digital Earth Observation

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIEREARETINO.IT

www.ecostampa.it

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

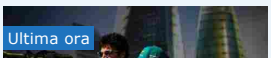
webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27.3 C Comune di Arezzo
Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREaretino.it
QUOTIDIANO ONLINE

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

COMUNE DI AREZZO
Cielo Sereno
27.3 °C
29.3 °
27.3 °
34 % 0.6kmh 0 %
MAR 28° MER 27° GIO 25° VEN 25° SAB 24°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

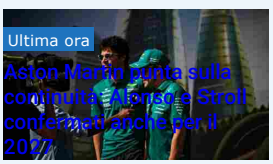
NOTIZIE CORRELATE

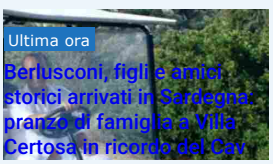
Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

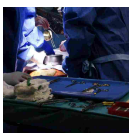
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

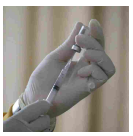

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

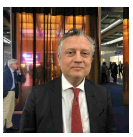

Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

ULTIMI ARTICOLI


SALUTE E BENESSERE
Trapianti di rene da vivente e di polmone, dal Cnt due nuovi documenti per aumentare opportunità

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni ‘controllateli sempre’


DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”


SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”

SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIEREDELLASARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

CORRIERE DELLA SARDEGNA

martedì, 29 Settembre , 26

Accoltella a morte una prof: tragedia in una scuola in Slovacchia, fermato un 13enne

L'aggressione in un istituto nel villaggio di Staškov. Ci sono anche due feriti: il più grave è uno studente, non in pericolo di vita invece una donna di 44 anni

In Spagna il governo "risolve" l'emergenza casa bloccando gli sfratti fino al 2030

Sempre che riesca a far approvare i due decreti in parlamento. Intanto i manifestanti restano accampati nelle piazze

In Uganda un giornalista diventa re. È stato presentatore e inviato della tv locale

Il giornalista-sovrano ha assicurato che il palazzo sarà aperto al pubblico e che il rapporto con i sudditi sarà all'insegna dello scambio

Fumo dalle finestre e studenti sui cornicioni, a Kiev colpita l'Accademia della Scienza: 2 vittime

Diversi i feriti. Sulla capitale ucraina sono proseguiti da ieri gli attacchi russi, anche in pieno giorno e in centro storico, colpito pure un centro medico

Attualità

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

By **Redazione** - 29/09/2026 1 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIEREDELLASARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al

POST POPOLARI

Accoltella a morte una prof: tragedia in una scuola in Slovacchia, fermato un 13enne

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Scuola, anche a Napoli spuntano gli striscioni 'Qui nessuno è straniero'

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Previous article
In Spagna il governo "risolve" l'emergenza casa bloccando gli sfratti fino al 2030

Next article
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

POST RECENTI

ATTUALITÀ

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

(Adnkronos) – La sicurezza idrica si anticipa con decenni di anticipo, con una risposta alla crisi idrica che passa dalle infrastrutture. È su questo terreno che si confrontano istituzioni, organizzazioni internazionali, imprese e comunità scientifica al primo Forum Euromediterraneo dell'Acqua, in corso alla Nuvola di Roma, dove Webuild ha inaugurato oggi lo spazio espositivo temporaneo...

29/09/2026

ATTUALITÀ

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

(Adnkronos) – È stato trovato morto ieri sera, nella sua casa di Milano, il vicedirettore del quotidiano 'Libero', Andrea Tempestini. Il corpo del 40enne è stato rinvenuto ieri sera dai vigili del fuoco e dai carabinieri della stazione Porta Garibaldi nel suo appartamento di via Belinzaghi, in zona Maciachini. Si escluderebbe al momento che il...

29/09/2026

ATTUALITÀ

ATTUALITÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIEREDELLASARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CORRIEREDELLASARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". The post appeared first on Corriere della Sardegna .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIERE DELLA SARDEGNA

martedì, 29 Settembre , 26

Ancora raid a Gaza: 4 morti e diversi feriti, anche bambini

Un attacco aereo israeliano ha raggiunto la località settentrionale di Jabalia al-Balad

Zahara, anche la terza figlia di Angelina Jolie e Brad Pitt dice addio al cognome del padre

Dopo la sorella Shiloh e il fratello maggiore Maddox, anche Zahara Marley Jolie ha scelto di togliere legalmente il cognome di Brad Pitt: c'è l'ok del giudice

Iran, Qatar: "Continuiamo a mediare, per de-escalation e Hormuz"

Oggi il presidente del Parlamento iraniano Mohammad Bagher Ghalibaf ha avvertito che, se gli Stati Uniti colpiranno ancora gli obiettivi iraniani, Teheran colpirà a sua volta le basi statunitensi nel Golfo

Accoltella a morte una prof: tragedia in una scuola in Slovacchia, fermato un 13enne

L'aggressione in un istituto nel villaggio di Staškov. Ci sono anche due feriti: il più grave è uno studente, non in pericolo di vita invece una donna di 44 anni

Attualità

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

By **Redazione** - 29/09/2026 2 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Previous article
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Next article
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

POST RECENTI

ATTUALITÀ

ATTUALITÀ

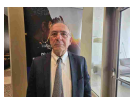
POST POPOLARI

Ancora raid a Gaza: 4 morti e diversi feriti, anche bambini

Bergamotto (Mimit): "Con 74 miliardi di fatturato e 69 di export la farmaceutica è settore strategico"

Ustica, fonte Francia: "Avanti con piena collaborazione, sempre forniti elementi"

Pola (Nomisma): "Export farmaceutico in crescita ma pesano costi energia e materie prime"



Obesità, Vettor (Humanitas): "Prevenzione danno d'organo è nuovo obiettivo'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CORRIEREDIANCONA.IT

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso."Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. The post appeared first on Corriere di Ancona .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIEREDIANCONA.IT

www.ecostampa.it

CORRIEREDIANCONA

martedì, 29 Settembre , 26

Accoltella a morte una prof: tragedia in una scuola in Slovacchia, fermato un 13enne

In Spagna il governo "risolve" l'emergenza casa bloccando gli sfratti fino al 2030

Wanna Marchi e Stefania Nobile premiate al Campidoglio: è polemica. Il mea culpa dell'assessore

In Uganda un giornalista diventa re. È stato presentatore e inviato della tv locale

Home › Attualità › D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Attualità

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

By **Redazione** - 29/09/2026 2 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

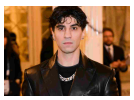
Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al

POST POPOLARI

Milan, infortunio per Saelemaekers: si fa male alla caviglia in allenamento

Allarme punture dimagranti, l'avvertimento di Garattini: "I rischi per lo stomaco sono altissimi"

Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre


Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"

Al Bano, acrobazie a 83 anni: canta e... si arrampica sul palco – Il video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Previous article
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Next article
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ALTRI POST

ATTUALITÀ

Milan, infortunio per Saelemaekers: si fa male alla caviglia in allenamento

(Adnkronos) – Infortunio per Alexis Saelemaekers. Oggi, martedì 29 settembre, l'esterno del Milan ha riportato un problema alla caviglia in allenamento, al ritorno in campo dopo i giorni di riposo concessi del tecnico rossonero Amorim. Il belga, come riportato da SkySport, ha lasciato quindi Milanello e nelle prossime ore svolgerà gli esami per capire l'entità…

29/09/2026

ATTUALITÀ

Allarme punture dimagranti, l'avvertimento di Garattini: "I rischi per lo stomaco sono altissimi"

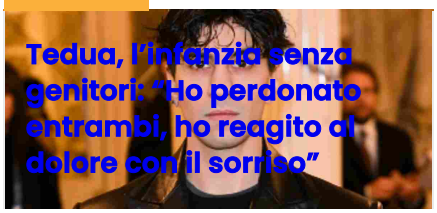
(Adnkronos) – "Non vanno utilizzate per diminuire di peso quando non ce n'è bisogno. Per perdere pochi chili basta fare una dieta, camminare e mangiare poco". Così il professor Silvio Garattini, ospite in collegamento oggi a La volta buona, è tornato a parlare dell'allarme legato alle 'punture dimagranti', come l'ozempic, autorizzato in Europa solo per…

29/09/2026

ATTUALITÀ

Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

ATTUALITÀ



Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIEREDIANCONA

martedì, 29 Settembre , 26

In Spagna il governo "risolve" l'emergenza casa bloccando gli sfratti fino al 2030

Wanna Marchi e Stefania Nobile premiate al Campidoglio: è polemica. Il mea culpa dell'assessore

In Uganda un giornalista diventa re. È stato presentatore e inviato della tv locale

Fumo dalle finestre e studenti sui cornicioni, a Kiev colpita l'Accademia della Scienza: 2 vittime

Home › Attualità › 'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop...

Attualità

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

By **Redazione** - 29/09/2026 1 0

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti

POST POPOLARI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Previous article
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Next article
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

ALTRI POST

ATTUALITÀ

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

(Adnkronos) - E' stato trovato morto ieri sera, nella sua casa di Milano, il vicedirettore del quotidiano 'Libero', Andrea Tempestini. Il corpo del 40enne è stato rinvenuto ieri sera dai vigili del fuoco e dai carabinieri della stazione Porta Garibaldi nel suo appartamento di via Belinzaghi, in zona Maciachini. Si escluderebbe al momento che il...

29/09/2026

ATTUALITÀ

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

(Adnkronos) - "Con un nuovo premio da 50 mila euro dedicato agli artisti italiani mid-career, Fondazione Fiera Milano rafforza il proprio impegno al fianco di MiArt e sceglie di investire ancora di più nell'arte e nella cultura italiana. Una scelta che nasce da una convinzione precisa: la cultura non è soltanto un patrimonio da tutelare,...

29/09/2026

ATTUALITÀ

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

(Adnkronos) - L'Aston Martin sceglie la linea della continuità e annuncia il rinnovo dei contratti dei piloti Fernando Alonso e Lance Stroll anche per la stagione 2027. Una conferma che permetterà alla scuderia inglese di mantenere inalterata la propria coppia di piloti per il quinto campionato consecutivo, affidandosi all'esperienza accumulata dal binomio per proseguire il...

29/09/2026

ATTUALITÀ

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

(Adnkronos) - In tarda mattinata sono partiti due jet privati da Milano con a bordo gli amici di una vita e gli storici collaboratori di Silvio Berlusconi. Destinazione Villa La Certosa, dove si terrà un pranzo di famiglia in omaggio del fondatore del centrodestra, che oggi avrebbe compiuto 90 anni. Ad organizzare l'evento sarebbe stato...

29/09/2026

LOAD MORE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIEREDIANCONA.IT

www.ecostampa.it

CORRIEREDIANCONA

martedì, 29 Settembre , 26

Iran, Qatar: "Continuiamo a mediare, per de-escalation e Hormuz"

Accoltella a morte una prof: tragedia in una scuola in Slovacchia, fermato un 13enne

In Spagna il governo "risolve" l'emergenza casa bloccando gli sfratti fino al 2030

Wanna Marchi e Stefania Nobile premiate al Campidoglio: è polemica. Il mea culpa dell'assessore

Home › Attualità › Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Attualità

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

By **Redazione** - 29/09/2026 2 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

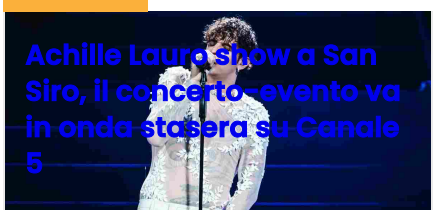
"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Previous article
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

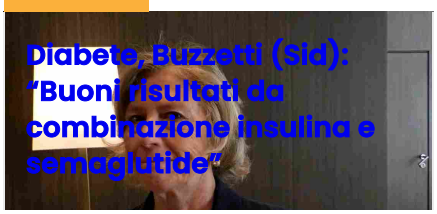
Next article
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ALTRI POST

ATTUALITÀ

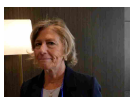


ATTUALITÀ



POST POPOLARI

Achille Lauro show a San Siro, il concerto-evento va in onda stasera su Canale 5


Diabete, Buzzetti (Sid): "Buoni risultati da combinazione insulina e semaglutide"

Obesità, Linoci (Fiao): "Assistiamo a innovazione culturale in terapie"

Manovra, Testa (Borsa) ad AdnFinance: "Incentivi e premi alla trasparenza per portare più imprese sul listino"

Olesen (Novo): "Impegnati a portare innovazione per migliore qualità di vita"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIEREempolese.it
QUOTIDIANO ONLINE

www.ecostampa.it

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREempolese.it
QUOTIDIANO ONLINE

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:50

REDAZIONE

EMPOLI
Poche Nuvole
29 °C
30.1 °
27.4 °
40 % 1.8kmh 13 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
29°	29°	26°	28°	26°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CORRIEREempolese.it
QUOTIDIANO ONLINE
www.ecostampa.it

2 ' di lettura

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

CRONACA
Linea Firenze-Pisa chiusa dal 9 all'11 ottobre: ecco quali treni saltano

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

TECNOLOGIA
L'ESA affida a OVHcloud e CGI il progetto Digital Earth Observation

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CORRIEREempolese.it
QUOTIDIANO ONLINE

www.ecostampa.it

Infatti, “l’impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali”, evidenzia D’Alba. “Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c’è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D’Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all’interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c’è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

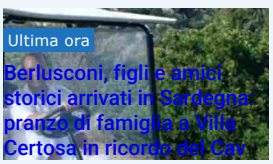
NOTIZIE CORRELATE

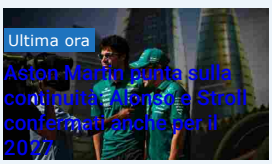
Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav


Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ultima ora
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): “Bene panino Piacenza 1714”

Ultima ora
Rosati (Qualivita): “Piacenza 1714 progetto molto importante”

Ultima ora
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIERE FLEGREO

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso."Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIERE FLEGREO

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino ´Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato ´Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione ´Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione ´1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ´In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude. The post appeared first on Corriere Flegreo .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIERE FLEGREO

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CORRIERE FLEGREO
www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIERE FLEGREO

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ´Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27.5 C Grosseto

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREgrossetano.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA ECONOMIA SPORT CULTURA ED EVENTI

CANALI

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

Condividere

6 ' di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop

GROSSETO
Poche Nuvole
27.5 C
27.5
27.5
48 % 1.9kmh 22 %
MAR 27° MER 28° GIO 27° VEN 27° SAB 27°

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

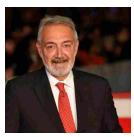
Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"


SALUTE E BENESSERE
Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

TECNOLOGIA
L'ESA affida a OVHcloud e CGI il progetto Digital Earth Observation

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

SEGUICI SUI SOCIAL

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CORRIEREGROSSETANO.IT

www.ecostampa.it

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena “siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un’iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all’Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l’identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano”.

“È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell’offerta di una rete d’eccellenza con il nome ‘Piacenza 1714’. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714”. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago “questa collaborazione è un’occasione preziosa per portare l’eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l’importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori”.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27.5 C Grosseto

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREgrossetano.it
QUOTIDIANO ONLINE

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

GROSSETO
Poche Nuvole
27.5 C
27.5
27.5
48 % 1.9kmh 22 %
MAR 27° MER 28° GIO 27° VEN 27° SAB 27°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

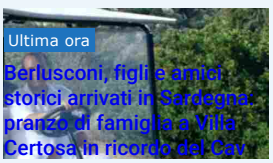
Ultima ora
Webinar al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

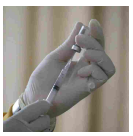
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

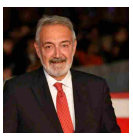
Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna, pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

ULTIMI ARTICOLI


DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”


SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: “Priorità dell’Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche”

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERElivornese.it
QUOTIDIANO ONLINE

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:50

REDAZIONE

Condividere

2 ' di lettura

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un

LIVORNO
Poche Nuvole

26.2 °C

26.8 °

25.5 °

60% 2.9m/s 21%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
27°	28°	24°	27°	25°

ULTIMI ARTICOLI

CRONACA

A Livorno torna 'Condividi – Ottobre Mese dell'Affido': sette appuntamenti per parlare di accoglienza

SPORT TOSCANA

Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

SALUTE E BENESSERE

Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

SPORT TOSCANA

Pisa, Stefano Moreo: "Siamo più forti rispetto alle scorse stagioni, possiamo giocarcela con chiunque"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

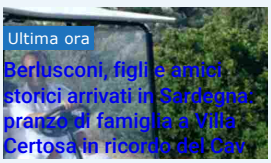
webinfo@adnkronos.com (Web Info)

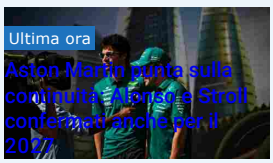
© Riproduzione riservata

TAGS adnkronos ultimora

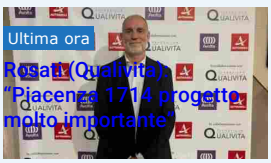
CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav


Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

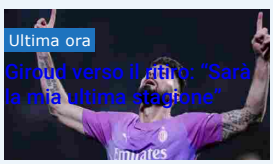
Ultima ora
Autogrill, Mammì (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

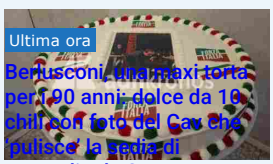

Ultima ora
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Ultima ora
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Ultima ora
Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Ultima ora
Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"


Ultima ora
Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"


Ultima ora
Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Ultima ora
Nistico (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"

Ultima ora
Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

Ultima ora
In casa un'arma, droga e due coccodrilli: arrestato

Carica altri

CORRIERELivornese.it
QUOTIDIANO ONLINE

Supplemento del quotidiano telematico
CorriereToscano.it
Testata giornalistica iscritta al numero 2/2021
del Registro Stampa del Tribunale di Livorno
Sede legale: Via Cairoli, 30 - 57123 Livorno
livorno@corrieretoscano.it

Cookie Policy - Privacy Policy

AREZZO
EMPOLI
FIRENZE
GROSSETO
LUCCA
MASSA CARRARA
PISA
PISTOIA
PRATO
SIENA

Pubblicità sulle nostre testate?
Contattaci

Copyright © Citycomm - p.iva 01950750495 | Tutti i diritti sono riservati

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

26.2 C Livorno

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERELivornese.it
QUOTIDIANO ONLINE

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

Condividere

6 ' di lettura

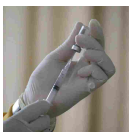
(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

LIVORNO
Poche Nuvole
26.2 °C
26.8 °
25.5 °
60% 2.9m/s 21%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
27°	28°	24°	27°	25°

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'



DALLA TOSCANA
Sanità, l'Ordine dei medici: "Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri"

SPORT NAZIONALE
Formula 1, Antonelli contro Russell: ennesimo duello a Sepang

SPORT NAZIONALE
Morto a 32 anni Courtney Meppen-Walter, ex promessa del Manchester City e dell'Inghilterra

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio

SPORT TOSCANA

Salta un'altra panchina in serie B: esonerato l'allenatore della Carrarese, Gabriele Cioffi

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS adnkronos ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

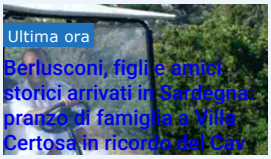
Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

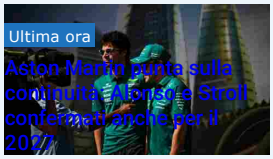
Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Ultima ora
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav.


Ultima ora
Acton Marin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ultima ora
Autogrill, Manini (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ultima ora
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Ultima ora
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition' valorizzare eccellenze"

Ultima ora
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Ultima ora
Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Ultima ora
Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Ultima ora
Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Carica altri >

CORRIERE*livornese.it*
QUOTIDIANO ONLINE

Supplemento del quotidiano telematico
CorriereToscano.it
Testata giornalistica iscritta al numero 2/2021
del Registro Stampa del Tribunale di Livorno
Sede legale: Via Cairoli, 30 - 57123 Livorno
livorno@corrieretoscano.it

Cookie Policy - Privacy Policy

AREZZO
EMPOLI
FIRENZE
GROSSETO
LUCCA
MASSA CARRARA
PISA
PISTOIA
PRATO
SIENA

Pubblicità sulle nostre testate?
Contattaci

Copyright © Citycomm - p.iva 01950750495 | Tutti i diritti sono riservati

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERELivornese.it
QUOTIDIANO ONLINE

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

LIVORNO
Poche Nuvole

26.2 °C

26.8 °

25.5 °

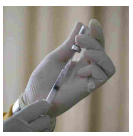
60% 2.9m/s 21%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
27°	28°	24°	27°	25°

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE

Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'



DALLA TOSCANA

Sanità, l'Ordine dei medici: "Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri"

SPORT NAZIONALE

Formula 1, Antonelli contro Russell: ennesimo duello a Sepang

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Condividere

1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS adnkronos ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della

Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll

SPORT NAZIONALE
Morto a 32 anni Courtney Meppen-Walter, ex promessa del Manchester City e dell’Inghilterra

SPORT TOSCANA
Salta un’altra panchina in serie B: esonerato l’allenatore della Carrarese, Gabriele Cioffi

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

23 C Lucca

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERELucchese.it
QUOTIDIANO ONLINE

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:50

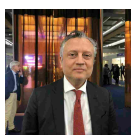
REDAZIONE

LUCCA
Nubi Sparse
23 °C
23.4 °
21.4 °
42 % 1.8kmh 49 %

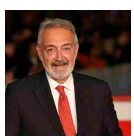
MAR	MER	GIO	VEN	SAB
23°	24°	21°	23°	21°

ULTIMI ARTICOLI

SPORT
Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve



SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"



SALUTE E BENESSERE
Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

SALUTE E BENESSERE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Condividere

2 ' di lettura

(Adnkronos) – “Il lancio del panino ‘Piacenza 1714’, rientra all’interno di un progetto più ampio intitolato ‘Origini Edition’. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti”. Così Luca D’Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l’ultimo della selezione ‘Origini Edition’ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

“È un’iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell’Agricoltura – spiega D’Alba – L’obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell’Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l’esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole”.

“Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c’è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un’attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”.

La denominazione ‘1714’ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell’anno – racconta D’Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l’idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume”. Gli altri ingredienti sono “l’Asiago Dop Fresco, un’altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch’essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l’Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l’eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il

Várhelyi: “Priorità dell’Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche”

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CORRIERELUCCHESE.IT

www.ecostampa.it

general manager.

Infatti, “l’impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali”, evidenzia D’Alba. “Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c’è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D’Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all’interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c’è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

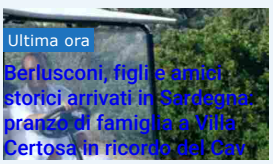
© Riproduzione riservata

TAGS adnkronos ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

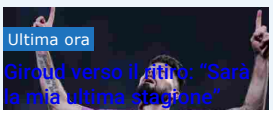
Ultima ora
Autogrill, Mammì (Regione E.Romagna): “Bene panino Piacenza 1714”

Ultima ora
Rosati (Qualivita): “Piacenza 1714 progetto molto importante”

Ultima ora
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Ultima ora
Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Ultima ora
Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa


Ultima ora
Giroud verso il ritiro: “Sarà la mia ultima stagione”

Ultima ora
Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

23 C Lucca
Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERELucchese.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA ECONOMIA SPORT CULTURA ED EVENTI
CANALI

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

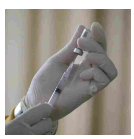
Condividere

LUCCA
Nubi Sparse
23 °C
23.4 °
21.4 °
42 % 1.8kmh 49 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
23°	24°	21°	23°	21°

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'


DALLA TOSCANA
Sanità, l'Ordine dei medici: "Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri"

SPORT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

6 ' di lettura

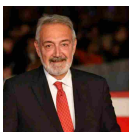
(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade,

Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"


SALUTE E BENESSERE
Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS adnkronos ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

23 C Lucca
Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERELucchese.it
QUOTIDIANO ONLINE

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

Condividere

LUCCA
Nubi Sparse

23 °C
23.4 °
21.4 °

42 % 1.8kmh 49 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
23°	24°	21°	23°	21°

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'

DALLA TOSCANA
Sanità, l'Ordine dei medici: "Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri"

SPORT
Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

SALUTE E BENESSERE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS adnkronos ultimora

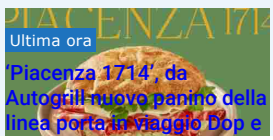
CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”


Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il

Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa

Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”

SALUTE E BENESSERE

Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27 C Comune di Massa

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREmassacarrarese.it
QUOTIDIANO ONLINE

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

COMUNE DI MASSA
Nubi Sparse
27 °C
27°
25.3°
41 % 1kmh 60 %
MAR 27° MER 28° GIO 23° VEN 23° SAB 23°

Condividere

6 ' di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

ULTIMI ARTICOLI

CULTURA ED EVENTI
Le note di Puccini entrano in corsia: la musica diventa cura all'ospedale di Massa

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

SALUTE E BENESSERE
Report Egualia: "Per le imprese dei farmaci equivalenti ricavi a 6,8 miliardi ma frena la redditività"

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

TECNOLOGIA
L'ESA affida a OVHcloud e CGI il progetto Digital Earth Observation

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CORRIEREMASSACARRARESE.IT

www.ecostampa.it

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

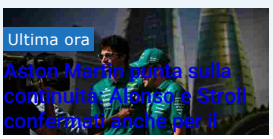
webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

28.9 C Pisa

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERE pisano.it
QUOTIDIANO ONLINE

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:50

REDAZIONE

PISA
Nubi Sparse
28.9 C
30°
28°
36 % 4.6kmh 38 %
MAR 28° MER 29° GIO 25° VEN 26° SAB 25°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

2 ' di lettura

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

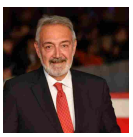
"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"


SALUTE E BENESSERE
Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

CRONACA
Linea Firenze-Pisa chiusa dal 9 all'11 ottobre: ecco quali treni saltano

CRONACA
Musicista morto a Marina di Pisa prima del colloquio di lavoro

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Infatti, “l’impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali”, evidenzia D’Alba. “Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c’è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D’Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all’interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c’è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

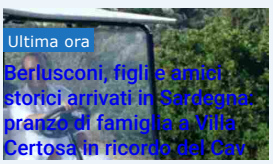
© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

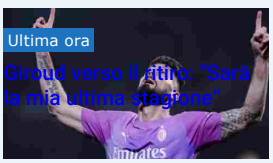
Ultima ora
Autogrill, Manini (Regione E.Romagna): “Bene panino Piacenza 1714”

Ultima ora
Rosati (Qualivita): “Piacenza 1714 progetto molto importante”

Ultima ora
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Ultima ora
Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Ultima ora
Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: “Esercizio di un diritto”


Ultima ora
Giroud verso il ritiro: “Sarà la mia ultima stagione”

Ultima ora
Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che ‘pulisce’ la sedia di Travaglio da Santoro

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

28.9 C Pisa Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERE pisano.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA ECONOMIA SPORT CULTURA ED EVENTI

CANALI

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

Condividere

6 ' di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop

PISA
Nubi Sparse
28.9 C
30°
28°
36 % 4.6kmh 38 %
MAR 28° MER 29° GIO 25° VEN 26° SAB 25°

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

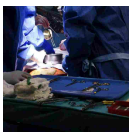
152944-ITOQ67

Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

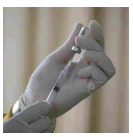
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

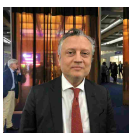
Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella

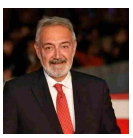
ULTIMI ARTICOLI


SALUTE E BENESSERE
Trapianti di rene da vivente e di polmone, dal Cnt due nuovi documenti per aumentare opportunità

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'


DALLA TOSCANA
Sanità, l'Ordine dei medici: "Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri"


SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"


SALUTE E BENESSERE
Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena “siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un’iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all’Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l’identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano”.

“È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell’offerta di una rete d’eccellenza con il nome ‘Piacenza 1714’. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714”. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago “questa collaborazione è un’occasione preziosa per portare l’eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l’importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori”.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

28.9 C Pisa

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERE pisano.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA ECONOMIA SPORT CULTURA ED EVENTI

CANALI

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

PISA
Nubi Sparse
28.9 C
30°
28°
36 % 4.6kmh 38 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
28°	29°	25°	26°	25°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

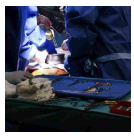
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

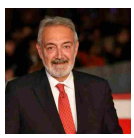
ULTIMI ARTICOLI


SALUTE E BENESSERE
Trapianti di rene da vivente e di polmone, dal Cnt due nuovi documenti per aumentare opportunità

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni ‘controllateli sempre’

DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”


SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

24.1 C Pistoia

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERE pistoiese.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA SPORT ECONOMIA CULTURA ED EVENTI

CANALI

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

PISTOIA
Nubi Sparse
24.1 °C
25.5°
22°
42% 2.2m/s 34%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
24°	23°	19°	22°	20°

6 ' di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella

ULTIMI ARTICOLI

PRIMO PIANO
Pistoia, arriva in visita istituzionale il sindaco di Gerico Salem Ghrouf

PRIMO PIANO
Pistoia, le attività di controllo della Polizia Locale nell'ultimo fine settimana

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

SALUTE E BENESSERE
Report Egualia: "Per le imprese dei farmaci equivalenti ricavi a 6,8 miliardi ma frena la redditività"

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

SEGUICI SUI SOCIAL

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena “siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un’iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all’Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l’identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano”.

“È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell’offerta di una rete d’eccellenza con il nome ‘Piacenza 1714’. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714”. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago “questa collaborazione è un’occasione preziosa per portare l’eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l’importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori”.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

27.1 C Siena Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERESENESE.IT
QUOTIDIANO ONLINE

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

SIENA
Nubi Sparse
27.1 °C
27.1 °
27.1 °
37 % 0.3kmh 33 %
MAR 27° MER 28° GIO 26° VEN 27° SAB 26°

Condividere

6 ' di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

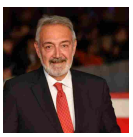
Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"


SALUTE E BENESSERE
Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

TECNOLOGIA
L'ESA affida a OVHcloud e CGI il progetto Digital Earth Observation

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it
SEGUICI SUI SOCIAL

tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena “siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un’iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all’Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l’identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano”.

“È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell’offerta di una rete d’eccellenza con il nome ‘Piacenza 1714’. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714”. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago “questa collaborazione è un’occasione preziosa per portare l’eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l’importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori”.

—

economia

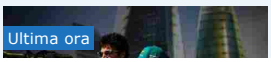
webinfo@adnkronos.com (Web Info)

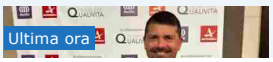
© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE





Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27.1 C Siena

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERE senese.it
QUOTIDIANO ONLINE

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

SIENA
Nubi Sparse
27.1 °C
27.1 °
27.1 °
37 % 0.3kmh 33 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
27°	28°	26°	27°	26°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

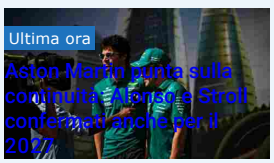
NOTIZIE CORRELATE

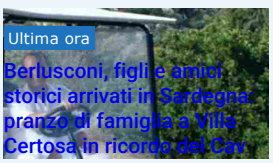
Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

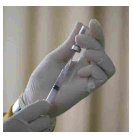
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

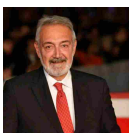

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

ULTIMI ARTICOLI


DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”


SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: “Priorità dell’Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche”

TECNOLOGIA
Arriva il primo Googlebook Lenovo, esperienze AI premium in meno di 1,4 kg

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

30 C Firenze Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERETOSCANO.it
QUOTIDIANO ONLINE

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

VIDEO NEWS 29 Settembre 2026 16:18

REDAZIONE

Meno di 1 ' di lettura

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta

FIRENZE
Cielo Sereno

30 °C
30.4°
27.7°

34% 4m/s 2%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
30°	29°	25°	26°	26°

ULTIMI ARTICOLI

PRIMO PIANO
Roberto Vannacci esulta dopo Reggio Calabria: "Se questo è un flop voglio ripeterlo alle politiche 2027"

LAVORO
Caro carburanti, Confetra: "Per autotrasportatori nessuno sconto, gasolio extra rete costa più che alla pompa"

LAVORO
'Maker Faire Rome – The European Edition', dal 23 ottobre al Gazometro Ostiense

CULTURA ED EVENTI
Dal voto alle donne alla storia di Pinocchio: la Toscana protagonista al Pisa Book Festival

PRIMO PIANO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

© Riproduzione riservata

TAGS Adnkronos Video Adnkronos

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Video News
Kiev in fiamme e Mosca scrive alla Nato: "Difenderemo Kaliningrad"

Video News
Usa e Cina corrono a debito. E l'Europa può smettere di essere sul menù

Video News
Stretta sul registro elettronico per i compiti a casa

Video News
Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"

Video News
Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Video News
Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Video News
Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Video News
Lollobrigida: "L'UE cambi passo su competitività e fondi, difesi 9 miliardi per l'Italia"

Video News
Fidanza (FdI): "Garantire all'agroalimentare l'accesso al nuovo Fondo UE per la Competitività"

Video News
Pastorello (Acea): "Gap

Video News
Giallo di Pietracatella,

Video News
Trasporti, Borchia (Lega):

Sanità, l'appello di Giani al governo: "Servono più risorse da dedicare al fondo sanitario per la sanità pubblica in Italia"

SEGUICI SUI SOCIAL

VIDEO NEWS

VIDEO NEWS
Kiev in fiamme e Mosca scrive alla Nato: "Difenderemo Kaliningrad"

VIDEO NEWS
Usa e Cina corrono a debito. E l'Europa può smettere di essere sul menù

VIDEO NEWS
Stretta sul registro elettronico per i compiti a casa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

26.7 C Firenze
Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERETOSCANO.it
QUOTIDIANO ONLINE

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:50

REDAZIONE

2 ' di lettura

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler

FIRENZE
Cielo Sereno
26.7 °C
27.8°
25.8°
46% 3m/s 8%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
29°	28°	26°	26°	26°

ULTIMI ARTICOLI

PRIMO PIANO
Salta un'altra panchina in serie B: esonerato l'allenatore della Carrarese, Gabriele Cioffi

SPORT
Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

LAVORO
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

LAVORO
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

CULTURA ED EVENTI
Le note di Puccini entrano in corsia: la musica diventa cura all'ospedale di Massa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali",

SEGUICI SUI SOCIAL

VIDEO NEWS

VIDEO NEWS
Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

VIDEO NEWS
Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

VIDEO NEWS
D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS Adnkronos ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ultima ora
'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ultima ora
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Ultima ora
Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Ultima ora
Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Ultima ora
Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Ultima ora
Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Ultima ora
Nisticò (Aifa): "Farmaci

Ultima ora
Rocca: "Rafforzare

Ultima ora
In casa un'arma, droga e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

26.7 C Firenze Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERETOSCANO.it
QUOTIDIANO ONLINE

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 15:02

REDAZIONE

6 ' di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa

FIRENZE
Cielo Sereno

26.7 °C
27.8°
25.8°

46% 3m/s 8%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
29°	28°	26°	26°	26°

ULTIMI ARTICOLI

PRIMO PIANO
Salta un'altra panchina in serie B: esonerato l'allenatore della Carrarese, Gabriele Cioffi

SPORT
Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

LAVORO
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

LAVORO
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

CULTURA ED EVENTI
Le note di Puccini entrano in corsia: la musica diventa cura all'ospedale di Massa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come

SEGUICI SUI SOCIAL

VIDEO NEWS

VIDEO NEWS
Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

VIDEO NEWS
Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

VIDEO NEWS
D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS Adnkronos ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

26.7 °C Firenze

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERETOSCANO.it
QUOTIDIANO ONLINE

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

VIDEO NEWS 29 Settembre 2026 13:08

REDAZIONE

Meno di 1 ' di lettura

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di

FIRENZE
Cielo Sereno

26.7 °C
27.8°
25.8°

46% 3m/s 8%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
29°	28°	26°	26°	26°

ULTIMI ARTICOLI

PRIMO PIANO
Salta un'altra panchina in serie B: esonerato l'allenatore della Carrarese, Gabriele Cioffi

SPORT
Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

LAVORO
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

LAVORO
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

CULTURA ED EVENTI
Le note di Puccini entrano in corsia: la musica diventa cura all'ospedale di Massa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

© Riproduzione riservata

TAGS Adnkronos Video Adnkronos

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Video News
Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

Video News
D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Video News
Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Video News
A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Video News
Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Video News
Roma invasa dalle golf car, valanga di multe e patenti ritirate dopo i blitz dei carabinieri – Video

Video News
AdnTalks | Intervista al Viceministro all'Economia Maurizio Leo

Video News
Ambiente: a Vesima clean-up della spiaggia con Marevivo, Arca Fondi e Bper

Video News
We Can Blu It! 2026, Baffigo (Piùblu): "Celebrato ambiente, insieme salviamo mondo"

Video News
Rotocalco n° 38 del 23 settembre 2026

Video News
David Rossi, si simula la 'defenestrazione': le immagini della perizia

Video News
David Rossi, il presidente della Commissione Vinci: "Ci avviciniamo alla

SEGUICI SUI SOCIAL

VIDEO NEWS

VIDEO NEWS
Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

VIDEO NEWS
D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

VIDEO NEWS
Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

26.7 °C Firenze Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERETOSCANO.it
QUOTIDIANO ONLINE

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

LAVORO 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

1 ' di lettura

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop,

FIRENZE
Cielo Sereno
26.7 °C
27.8°
25.8°
46% 3m/s 8%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
29°	28°	26°	26°	26°

ULTIMI ARTICOLI

PRIMO PIANO
Sanità, l'Ordine dei medici: "Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri"

PRIMO PIANO
Salta un'altra panchina in serie B: esonerato l'allenatore della Carrarese, Gabriele Cioffi

SPORT
Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

LAVORO
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

CULTURA ED EVENTI
Le note di Puccini entrano in corsia: la musica diventa cura all'ospedale di Massa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS Adnkronos lavoro

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Lavoro
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Lavoro
Fse+ e Piano Integrato Autoimpiego, oltre 5.300 domande di giovani che vogliono mettersi in proprio

Lavoro
Università, a studentessa Tor Vergata borsa studio 'Amazon Women in Innovation'

Lavoro
Food, Pizza Maxima 2026: trionfa ancora 'Pepe in Grani', miglior pizzeria d'Italia

Lavoro
Nardello (Comtel): "Ogni nuova tecnologia può essere rischio o opportunità"

Lavoro
Boschi (Spes Academy): "Corso Farmaco e Salute trasversale a tutte le professionalità"

Lavoro
Parenti (Commissione Ue): "Europa oggi ha ruolo molto più ampio, da prevenzione a sicurezza"

Lavoro
De Luca (Spes Academy): "La sovranità sanitaria resta sovranità della decisione"

Lavoro
Imprese, Petroni (UniEticpmi): "IA è anche questione di capitale umano"

SEGUICI SUI SOCIAL

VIDEO NEWS

VIDEO NEWS
Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

VIDEO NEWS
Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

VIDEO NEWS
D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

CremaOggi
Il quotidiano online di Crema

NAZIONALI | Oggi alle 15:02

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Fonte www.adnkronos.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Condividi

i fatti del giorno

Iscriviti alla nostra newsletter
Pochi minuti per restare aggiornato su quanto accade a Cremona, Crema e Casalasco.

Inserisci la tua email

Iscriviti

☐ Accetto l'informativa sulla Privacy Policy

Altre iscrizioni

☑ Rassegna stampa

Caricamento prossimi articoli in corso...

Torna all'inizio

Altre Pagine

- Chi siamo
- Pubblicità
- Scrivici una lettera
- Contattaci
- Privacy Policy
- Gestisci il consenso
- Dichiarazione di Accessibilità

- Turismo
- Scuola e Università
- Nazionali

Sezioni

- Cronaca
- Politica
- Economia
- Cultura e spettacoli
- Sport
- Cremona allo specchio
- Nazionali
- Lettere

Informazioni

Direttore Responsabile
Simone Arrighi

Direttore Editoriale
Gerardo Paloschi

Redazione
via Bastida 16 – 26100 Cremona
redazione@cremonaoggi.it

Telefono Centralino
0372 8056

Telefono redazione
0372 805674/805675/805666
Fax 0372 080169

Pubblicità
Tel 0372 8056

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

www.ecostampa.it

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

NAZIONALI | Oggi alle 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

www.ecostampa.it

Fonte www.adnkronos.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Condividi

i fatti del giorno

Iscriviti alla nostra newsletter
Pochi minuti per restare aggiornato su quanto accade a Cremona, Crema e Casalasco.

Inserisci la tua email
Iscriviti

Accetto l'informativa sulla Privacy Policy

Altre iscrizioni
Rassegna stampa

Caricamento prossimi articoli in corso...

Torna all'inizio

Informazioni

Direttore Responsabile
Simone Arrighi

Direttore Editoriale
Gerardo Paloschi

Redazione
via Bastida 16 – 26100 Cremona
redazione@cremonaoggi.it

Telefono Centralino
0372 8056

Telefono redazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

www.ecostampa.it

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

NAZIONALI | Oggi alle 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona
www.ecostampa.it

Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona
www.ecostampa.it

tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Fonte www.adnkronos.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

www.ecostampa.it

Condividi

i fatti del giorno

Iscriviti alla nostra newsletter
Pochi minuti per restare aggiornato su quanto accade a Cremona, Crema e Casalasco.

Inserisci la tua email
Iscriviti

Accetto l'informativa sulla Privacy Policy

Altre iscrizioni
Rassegna stampa

Caricamento prossimi articoli in corso...

Torna all'inizio

Altre Pagine

- Chi siamo
- Pubblicità
- Scrivici una lettera
- Contattaci
- Privacy Policy
- Gestisci il consenso
- Dichiarazione di Accessibilità

- Turismo
- Scuola e Università
- Nazionali
- Video Pillole

Sezioni

- Cronaca
- Politica
- Economia
- Cultura e spettacoli
- Sport
- Cremona allo Specchio
- Nazionali
- Lettere

Informazioni

Direttore Responsabile
Simone Arrighi

Direttore Editoriale
Gerardo Paloschi

Redazione
via Bastida 16 – 26100 Cremona
redazione@cremonaoggi.it

Telefono Centralino
0372 8056

Telefono redazione
0372 805674/805675/805666
Fax 0372 080169

Pubblicità
Tel 0372 8056

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

www.ecostampa.it

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

NAZIONALI | Oggi alle 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CremonaOggi
Il quotidiano online di Cremona

www.ecostampa.it

con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Fonte www.adnkronos.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Condividi

i fatti del giorno

Iscriviti alla nostra newsletter
Pochi minuti per restare aggiornato su quanto accade a Cremona, Crema e Casalasco.

Inserisci la tua email
Iscriviti

Accetto l'informativa sulla Privacy Policy

Altre iscrizioni
Rassegna stampa

Caricamento prossimi articoli in corso...

Torna all'inizio

Altre Pagine **Sezioni**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CRONACHEDELMEZZOGIORNO.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino ´Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato ´Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione ´Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione ´1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ´In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude. The post appeared first on Cronache del Mezzogiorno .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CRONACHEDELMEZZOGIORNO.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714 ´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". The post appeared first on Cronache del Mezzogiorno .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ´Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude. The post appeared first on Cronache del Mezzogiorno .

[Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

CRONACHEDIABRUZZOEMOLISE.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CRONACHEDIABRUZZOEMOLISE.IT

www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". The post appeared first on Cronache Abruzzo e Molise .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CRONACHEDIBARI.COM

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CRONACHEDIBARI.COM

www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". The post appeared first on Cronache di Bari .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

cronachedimilano.com
CRONACHE DIMILANO

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino ´Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato ´Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione ´Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione ´1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ´In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

cronachedimilano.com
CRONACHE DIMILANO

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

cronachedimilano.com
CRONACHE DIMILANO
www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

cronachedimilano.com
CRONACHE DIMILANO

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ´Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

dailymotion.com
DAILYMOTION

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso."Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

martedì, Settembre 29, 2026

DALLA PLATEA

AMBIENTE CULTURA EVENTI NOTIZIE POLITICA SANITÀ SPETTACOLO SOCIALE SPORT VIDEO

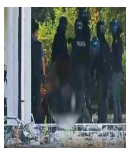
IN EVIDENZA

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 Settembre 2026 Fabrizio Gerolla

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca

Top News



Sgomberato a Roma lo stabile di Via Tallone, Meloni "Continua il lavoro per riportare la

Pubblicato il 29 Settembre 2026

"Ti Rispetto" torna nelle scuole, Baldassarre: "La violenza si previene partendo dalle relazioni dei ragazzi"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Condividi:

Facebook X

Scopri di più da Dalla Platea

Abbonati per ricevere gli ultimi articoli inviati alla tua e-mail.

Digita la tua e-mail... Iscriviti

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

martedì, Settembre 29, 2026

IN EVIDENZA

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026 Fabrizio Gerolla

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle

Top News

Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell’impresa"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

DALLAPLATEA.IT

www.ecostampa.it

istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità,

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Sgomberato a Roma lo stabile di Via Tallone, Meloni "Continua il lavoro per riportare la

Pubblicato il 29 Settembre 2026

"Ti Rispetto" torna nelle scuole, Baldassarre: "La violenza si previene partendo dalle relazioni dei ragazzi"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Condividi:

Facebook X

Scopri di più da Dalla Platea

Abbonati per ricevere gli ultimi articoli inviati alla tua e-mail.

Digita la tua e-mail... Iscriviti

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

← Sgomberato a Roma lo stabile di Via Tallone, Meloni "Continua il lavoro per riportare la legalità" / Video

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani" →

DALLAPLATEA.IT

www.ecostampa.it

martedì, Settembre 29, 2026

DALLA PLATEA

AMBIENTE CULTURA EVENTI NOTIZIE POLITICA SANITÀ SPETTACOLO SOCIALE SPORT VIDEO

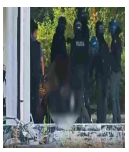
IN EVIDENZA

Rosati (Qualivita): “Piacenza 1714 progetto molto importante”

29 Settembre 2026 Fabrizio Gerolla

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp,

Top News



Sgomberato a Roma lo stabile di Via Tallone, Meloni “Continua il lavoro per riportare la

Pubblicato il 29 Settembre 2026

“Ti Rispetto” torna nelle scuole, Baldassarre: "La violenza si previene partendo dalle relazioni dei ragazzi"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Condividi:

Facebook X

Scopri di più da Dalla Platea

Abbonati per ricevere gli ultimi articoli inviati alla tua e-mail.

Digita la tua e-mail... Iscriviti

← D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714" →

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DEL SANNIO
Quotidiano di politica, inchiesta, cronaca e sport

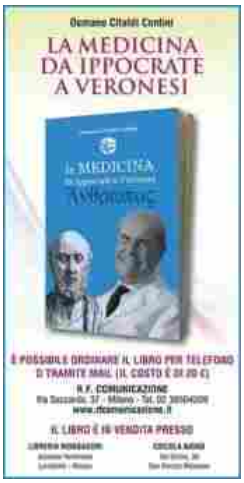
POLITICA

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Di Redazione EDS
SET 29, 2026

Piacenza, 29 set. – (Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di

Spazio Pubblicitario



EDS WEBTV

YouTube player

EDS RUBRICHE

Categorie

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ECODELSANNIO.IT

www.ecostampa.it

Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che

Seleziona una categori

Tag

Benevento (1)
Campania (1)
Elezioni Europee 2024 (2)

Archivio

Seleziona il mese

Agenzie Stampa

Calendario

Settembre 2026

L	M	M	G	V	S
	1	2	3	4	5
7	8	9	10	11	12
14	15	16	17	18	19
21	22	23	24	25	26
28	29	30			

« Ago

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

rende unico il valore di queste produzioni".
"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".
Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".
"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Visualizzazioni: 2

Premio Solidarietà Padre Pio: a Fragneto Monforte la fede che diventa impegno concreto

Fse+ e Piano Integrato Autoimpiego, oltre 5.300 domande di giovani che vogliono mettersi in proprio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

egnews
giornale online di eno-gastronomia e turismo

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

egnews giornale online di eno-gastronomia e turismo
www.ecostampa.it

ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". - economia webinfo@adnkronos.com (Web Info) Tag ultimora Tag

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ENTILOCALI-ONLINE.IT

www.ecostampa.it

ENTI LOCALI online

Cerca...

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Settembre 29, 2026

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Seguici sui social:

Centro Studi Enti Locali

Siamo al fianco di Enti e realtà pubbliche e private.

Scopri come possiamo aiutarti

Eventi formativi

Il bilancio consolidato degli Enti Locali
Corso di formazione in esperto della gestione, monitoraggio, rendicontazione, controllo dei progetti PNRR
Corso di formazione per abilitazione a responsabile della transizione al digitale

Prodotti editoriali

Rivista - Entilocalinews
E-book - Un anno di dossier
KIT del Responsabile dei servizi Finanziari BASE

Articoli correlati

Seguici sui social:

Iscriviti e resta aggiornato

Iscriviti alla nostra newsletter per rimanere aggiornato sulle principali novità di settore

Iscriviti alla newsletter

Ultimi articoli

L'informazione qualificata per la Pubblica Amministrazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ENTILOCALI-ONLINE.IT

www.ecostampa.it

ENTI LOCALI online

Cerca...

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Settembre 29, 2026

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Seguici sui social:

Centro Studi Enti Locali

Siamo al fianco di Enti e realtà pubbliche e private.

Scopri come possiamo aiutarti

Eventi formativi

Il bilancio consolidato degli Enti Locali
Corso di formazione in esperto della gestione, monitoraggio, rendicontazione, controllo dei progetti PNRR
Corso di formazione per abilitazione a responsabile della transizione al digitale

Prodotti editoriali

Rivista - Entilocalinews
E-book - Un anno di dossier
KIT del Responsabile dei servizi Finanziari BASE

Articoli correlati

Seguici sui social:

Iscriviti e resta aggiornato

Iscriviti alla nostra newsletter per rimanere aggiornato sulle principali novità di settore

Iscriviti alla newsletter

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Lavoro e Formazione

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Redazione29 Settembre 2026 - 16:20 0

(Adnkronos) - "Mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani".

Leggi di più →

← ARTICOLO PRECEDENTEARTICOLO SUCCESSIVO →

Autogrill, Mammi (RegioneFse+ e Piano Integrato E.Romagna): "Bene paninoAutoimpiego, oltre 5.300 Piacenza 1714"domande di giovani che voglio...

QUAL È LA TUA REAZIONE?

Mi Piace	Antipatico	Lo Amo	Comico	Wow	Triste	Furioso
0	0	0	0	0	0	0

Seguici

X (Twitter) Facebook
YouTube Linkedin
Formazione Social

Articoli più popolari

"Addio Osso, indmenticabile la tua allegria"
Eventi e News29 Settembre 2026 0

Non andava a lavorare da molti mesi: la lenta discesa all'inferno...
Redazione27 Settembre 2026 0

La foto fake pubblicata da Vannacci, Matilde Siracusano...
Eventi e News26 Settembre 2026 0

Chi sono i 50 direttori Hr scelti da Forbes Italia nel...
Redazione15 Settembre 2026 0

Grande Fratello Vip, la bestemmia di Simone Annicchiarico...
Redazione24 Settembre 2026 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITQQ67

EVOLVEMAG.IT

www.ecostampa.it

Questo sito contribuisce alla audience di Il Messaggero.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Potrebbe Interessarti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

EVOLVEMAG.IT

www.ecostampa.it

Questo sito contribuisce alla audience di Il Messaggero.it

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell’Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ‘1714’ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell’anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l’immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all’epoca conosciuta come ‘bondiola’ – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Potrebbe Interessarti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

EVOLVEMAG.IT

www.ecostampa.it

Questo sito contribuisce alla audience di Il Messaggero.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

FOOD affairs

NOVITÀ TOP NEWS

Autogrill lancia il nuovo panino Piacenza 1714 che celebra le DOP e IGP italiane e ha radici nel Settecento

Autogrill, parte di Avolta, presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition dedicato alla valorizzazione delle eccellenze DOP e IGP italiane nella ristorazione in viaggio. Protagonisti della quarta ricetta della linea sono la Coppa Piacentina DOP, l'Asiago DOP Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Autogrill lancia il nuovo panino Piacenza 1714 che celebra le DOP e IGP italiane e ha radici nel Settecento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Il nuovo panino è stato presentato il 29 settembre a Piacenza, in occasione della conferenza stampa ospitata a Palazzo Farnese, alla presenza di Katia Tarasconi, Sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, Assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, Direttore Generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, Presidente di Origin Italia, e dei rappresentanti delle eccellenze DOP e IGP coinvolte nella ricetta.

Piacenza 1714, una storia che arriva dal Settecento

La denominazione "1714" nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, fece conoscere alla corte spagnola il valore della norcineria locale.

Alberoni faceva infatti arrivare in Spagna i salumi della propria terra e, in particolare, la Coppa Piacentina DOP, all'epoca conosciuta come "bondiola", utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee.

Piacenza 1714 diventa così un racconto di storie, sapori e tradizioni destinato ai milioni di viaggiatori che ogni anno frequentano la rete Autogrill.

Origini Edition valorizza le eccellenze italiane

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition, lanciato ad aprile a Roma alla presenza del Ministro Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di MASAF e FIPE. L'obiettivo è portare i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta nella rete Autogrill, avvicinando le produzioni certificate e i Consorzi ai viaggiatori sulle principali tratte stradali.

Piacenza 1714 è la quarta ricetta della linea, dopo le precedenti proposte Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Il progetto punta così a valorizzare nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo.

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate", spiega Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta.

Il legame con i territori e le produzioni certificate

L'impegno di Autogrill attraverso Origini Edition si inserisce in un percorso di valorizzazione dell'expertise regionale italiana. L'Italia è oggi il numero uno in Europa per numero di prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica e circa il 75% degli acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande di Autogrill proviene da fornitori con sede in Italia. L'attuale assortimento comprende inoltre oltre 60 prodotti certificati.

"Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei

Con "ECCELLENTE!" Apei porta alla Camera la promozione del Made in Italy attraverso il meglio della pasticceria, gelateria e cioccolateria

Cycling for Good: Lidl e Laureus portano il ciclismo a 60 giovani tra inclusione e stile di vita sano

Quattro trend raccontano l'evoluzione del bar italiano nella guida Gambero Rosso 'I Migliori Bar d'Italia 2027'

Kellogg's trasforma Cadorna e Termini in esperienze immersive, protagonista il gallo Cornelius

Lidl trasforma il suo croissant in un cuscino da viaggio: il NeckCroissant in edizione limitata solo attraverso Instagram

Granarolo riapre gli stabilimenti alle scuole per scoprire la filiera del latte

Crescono i visitatori dei sito dedicati al Food. Nella classifica GialloZafferano

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle DOP e IGP presso un pubblico ampio e internazionale", commenta Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita.

La filosofia è in linea con la visione di Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Avolta, il cui primo azionista è l'italiana Edizione, è presente in 70 Paesi con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale conta un portafoglio di oltre 1.000 brand e oltre 78.000 dipendenti.

In Italia Avolta opera nei principali canali di viaggio, tra aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città, con oltre 400 punti vendita e un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia radicata nel tessuto sociale italiano che affonda le proprie origini negli anni Quaranta.

L'Emilia-Romagna punta sulle 46 produzioni DOP e IGP

"Le nostre 46 produzioni DOP e IGP rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro", sottolinea Alessio Mammi, Assessore all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna.

"La Coppa Piacentina DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP sono due espressioni importanti di questo sistema, che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità".

L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. Le sole produzioni DOP e IGP regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro.

"Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni", aggiunge Mammi.

I Consorzi: una nuova occasione per raccontare le DOP

"Siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano", dichiara Cesare Mazzetti, Presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena.

leader, bene La Cucina Italiana

Coop e Too Good To Go contro lo spreco alimentare

Barilla, 4.000 tonnellate di prodotti donate alle comunità nel 2025

Plasmon rilancia la gamma latte per l'infanzia

Dal free from al rich-in, i quattro trend che stanno cambiando il carrello degli italiani

La Gen Z nello shopping online si fida poco dei consigli dell'Intelligenza artificiale. Che nella comunicazione può ridurre la percezione di prestigio del brand

Pernigotti lancia una nuova linea ispirata ai grandi classici Disney

Prosit Group lancia Terre Brade, nuovo brand che porta una nuova idea di vino tra Piemonte e Friuli Venezia Giulia

Buitoni lancia Passione Panzerotto: nuova base fresca da farcire e cuocere anche

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina DOP, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714", commenta Roberto Belli, Direttore del Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini.

"Questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori", conclude Fiorenzo Rigoni, Presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago.

Grazie per aver letto questo articolo. Se vuoi restare aggiornato ti invitiamo a iscriverti alla newsletter cliccando qui.

Lidl trasforma il suo croissant in un cuscino da viaggio: NeckCroissant in edizione limitata solo attraverso Instagram

in friggitrice ad aria. E un concorso

Spreco alimentare, ogni italiano butta 112 euro di cibo all'anno: più virtuose le famiglie con figli

Nespresso presenta le miscele limited edition dell'autunno con il debutto di Cinnamon Apple Crisp

Zespri al Festival dello Sport di Trento 2026

Recla lancia tre nuovi piatti pronti: Pulled Pork, Ribs e Stinco del Birraio

Resta SEMPRE AGGIORNATO iscrivendoti alla nostra newsletter quotidiana (arriva ogni giorno alle 19)

email addres

Iscrivendoti dichiari di aver preso visione della privacy policy.

Subscribe

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

Vai al contenuto principale Vai al piè di pagina

- HOME
- CHI SIAMO
- SCOPI E STATUTO
- EVENTI PROMOSSI
- GENTE SANNITA
- PRIVACY
- EMIGRAZIONE
- CONTATTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Agenzia Adnkronos·29 Settembre 2026·Commenti di 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Agenzia Adnkronos

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

Vai al contenuto principale Vai al piè di pagina

- HOME
- CHI SIAMO
- SCOPI E STATUTO
- EVENTI PROMOSSI
- GENTE SANNITA
- PRIVACY
- EMIGRAZIONE
- CONTATTI

- HOME
- CHI SIAMO
- SCOPI E STATUTO
- EVENTI PROMOSSI
- GENTE SANNITA
- PRIVACY
- EMIGRAZIONE
- CONTATTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Agenzia Adnkronos·29 Settembre 2026·Commenti di 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Agenzia Adnkronos

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

Vai al contenuto principale Vai al piè di pagina

- HOME
- CHI SIAMO
- SCOPI E STATUTO
- EVENTI PROMOSSI
- GENTE SANNITA
- PRIVACY
- EMIGRAZIONE
- CONTATTI

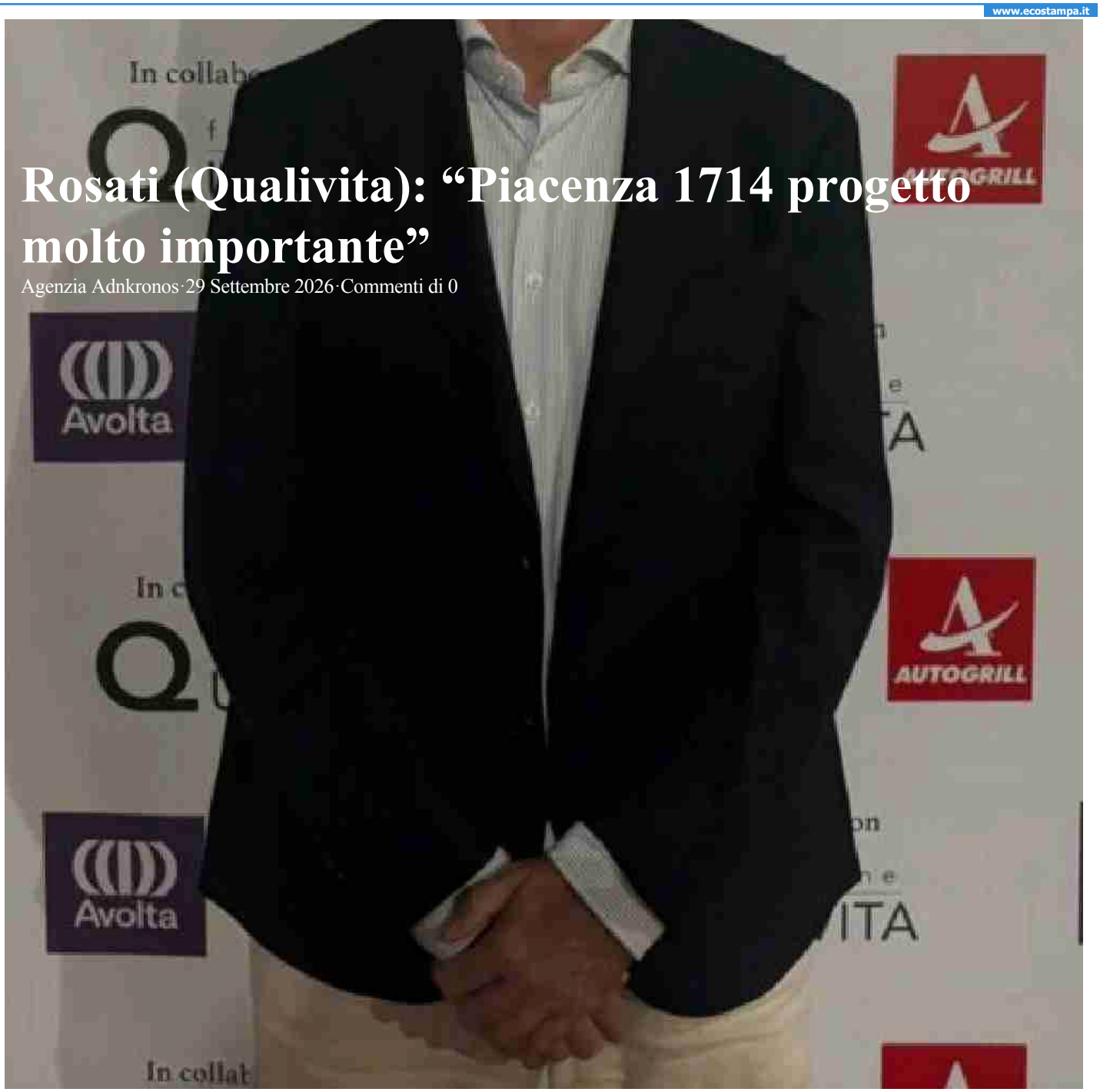
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Forche Caudine

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): “Piacenza 1714 progetto molto importante”

Agenzia Adnkronos·29 Settembre 2026·Commenti di 0



(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GAZZETTA DI MODENA
www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ‘40. “Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un ´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome 'Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". Non lasciare decidere l´algoritmo: scegli Gazzetta di Modena per le tue notizie su Google

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

[´Piacenza 1714´, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

GAZZETTA DI REGGIO.it

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 settembre 2026 14:56

3 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GAZZETTA DI REGGIO.it
www.ecostampa.it

eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **Gazzetta di Reggio** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

GAZZETTA DI REGGIO.it

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 settembre 2026 15:06

6 MINUTI DI LETTURA

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GAZZETTA DI REGGIO.it
www.ecostampa.it

il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

GAZZETTA DI REGGIO.it

www.ecostampa.it

Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **Gazzetta di Reggio** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GAZZETTA DI REGGIO.it

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 settembre 2026 14:57

1 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”. “C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **Gazzetta di Reggio** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GAZZETTAMATIN.COM (WEB2)

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Piacenza, 29 set. (askanews) Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso. Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia. Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori. Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno. La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana. E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. [Coppa https://askanews.it/wp-content/uploads/2026/09/20260929_video_14394496.jpg 1 4 3 9 4 4 9 6 | v d 0 1 v d 0 0 v d 0 2 v d 9 6 | h t t p s : / / a s k a n e w s . i t / w p - content/uploads/2026/09/20260929_video_14394496.jpg|29/09/2026 16:58:40|Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso |Video|Cronaca, Videoinfo]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT

www.ecostampa.it

Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

immagine

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze

immagine

(Adnkronos) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali, evidenzia D´Alba. Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

immagine

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITQQ67

GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT

www.ecostampa.it

da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714 ´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

“Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura”. Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana.

[Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana´]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info)

immagine

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Economia

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 Settembre 2026

(Adnkronos)

Scritto da Giornale Radio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

29 settembre 2026 | 14.51

LETTURA: 1 minuti

“Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Scritto da: Giornale Radio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Post simili

Commenti post (0)

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati con *

Commento*

Nome*

Email*

Url

INVIA COMMENTO

Cerca

Ora in onda

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GIOVANNILUCIANELLI.IT

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia. Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori.Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno.La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana.E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GIOVANNILUCIANELLI.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze

(Adnkronos) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali, evidenzia D´Alba. Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GIOVANNILUCIANELLI.IT

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

[Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

8-11 OTTOBRE CASÀLIA OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO
home – furniture – design – material – lifestyle
IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.
MOTORI Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino Scopri di più
Grugliasco24.it
Edizione locale IlNazionale.it
HUMANITAS Nella tua città, per la tua salute. Giorno dopo giorno, da 25 anni
INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 20.7°C
MER 30 17.5°C 24.8°C
GIO 1 18.5°C 24.3°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

8ª EDIZIONE TRAIL DELLE COLLINE
SPORT, NATURA E INCLUSIONE
4 OTTOBRE 2026 DOMENICA
PARTENZA: CHIVASSO (TO) PIAZZA DELLA REPUBBLICA
ARRIVO: SAN GENESIO DI CASTAGNETO PO
TRAIL LUNGO 23 km TRAIL DOG 13 km TRAIL CORTO 13 km CAMMINATA INCLUSIVA 6 km
INFO E ISCRIZIONI: www.traildelleccolline.it

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Attualità
Le Gru diventa la casa della solidarietà per aiutare il Regina Margherita

Sanità
Al Palavillage di Grugliasco torneo di padel solidale "Life is Pink"

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

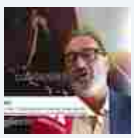
Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

8-11 OTTOBRE CASÀLIA home – furniture – design – material – lifestyle OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

MOTORI Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino Scopri di più

Grugliasco24.it Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS Nella tua città, per la tua salute. Giorno dopo giorno, da 25 anni

INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.5°C 25.5°C

GIO 1 18.2°C 25.7°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Attualità
Le Gru diventa la casa della solidarietà per aiutare il Regina Margherita

Sanità
Al Palavillage di Grugliasco torneo di padel solidale "Life is Pink"

Leggi tutte le notizie

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GRUGLIASCO24.IT

www.ecostampa.it

maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

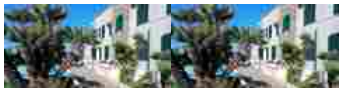
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

8-11 OTTOBRE CASÀLIA OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO
home – furniture – design – material – lifestyle



MOTORI
Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino
Scopri di più

Grugliasco24.it
Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS
Nella tua città, per la tua salute.
Giorno dopo giorno, da 25 anni

INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.5°C 25.5°C

GIO 1 18.2°C 25.7°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GRUGLIASCO24.IT

www.ecostampa.it

Attualità
Le Gru diventa la casa della solidarietà per aiutare il Regina Margherita

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Sanità
Al Palavillage di Grugliasco torneo di padel solidale "Life is Pink"

Leggi tutte le notizie

Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

GRUGLIASCO24.IT

www.ecostampa.it

di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

8-11 OTTOBRE CASÀLIA home – furniture – design – material – lifestyle OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

Merlino PUBBLICITA' SUPER PREZZI OGGETTI PUBBLICITARI - ETICHETTE CONDIVIDI CON NOI LA TUA ESTATE

MOTORI Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino Scopri di più

Grugliasco24.it Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS Nella tua città, per la tua salute. Giorno dopo giorno, da 25 anni

INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.5°C 25.5°C

GIO 1 18.2°C 25.7°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

8ª EDIZIONE TRAIL DELLE COLLINE SPORT, NATURA E INCLUSIONE 4 OTTOBRE 2026 DOMENICA PARTENZA: CHIVASSO (TO) PIAZZA DELLA REPUBBLICA INFO E ISCRIZIONI: www.traildellecolline.it

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Sanità
Al Palavillage di Grugliasco torneo di padel solidale "Life is Pink"

Attualità
Le Gru diventa la casa della solidarietà per aiutare il Regina Margherita

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

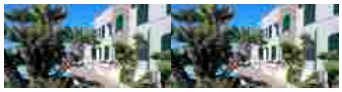
Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

8-11 OTTOBRE CASÀLIA OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO
home – furniture – design – material – lifestyle



MOTORI
Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino
Scopri di più

Grugliasco24.it
Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS
Nella tua città, per la tua salute.
Giorno dopo giorno, da 25 anni

INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.5°C 25.5°C

GIO 1 18.2°C 25.7°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Attualità
Le Gru diventa la casa della solidarietà per aiutare il Regina Margherita

Sanità
Al Palavillage di Grugliasco torneo di padel solidale "Life is Pink"

Leggi tutte le notizie

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ICORSARIDELSUD.IT

www.ecostampa.it

Mar. Set 29th, 2026 15:56:10 CEST

I CORSARI DEL SUD

Semplice. Potente.

I Corsari del Sud

Da noi informazione libera

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PUBBLICITÀ

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition',

PUBBLICITÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ICORSARIDELSUD.IT

www.ecostampa.it

valorizzare eccellenze”

By icorsaridelsud

SET 29, 2026 #adnkronos, #ultimora

(Adnkronos) – “Il lancio del panino ‘Piacenza 1714’, rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato ‘Origini Edition’. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti”. Così Luca D’Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l’ultimo della selezione ‘Origini Edition’ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. “È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D’Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole”. “Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”. La denominazione ‘1714’ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell'anno – racconta D’Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si

Seleziona una categori

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ICORSARIDELSUD.IT

www.ecostampa.it

trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Di tendenza
Zuliani Sgaravatti (Assoverde): "Cultura del verde sin da scuola primaria"

Post Views: 2

La corona di Cagliostro

"Ho ucciso il mio cane", la rivelazione choc della possibile vice di Trump

Musica, Volpini: "LE DIV4S, il quartetto crossover femminile tra i primi al mondo, nato come una sfida"

Legge elettorale, dal proporzionale al premio e alle preferenze: oggi il voto al Senato

Facebook X Pinterest LinkedIn Telegram WhatsApp Stampa

Condividi:

Condivisione

Mi piace:

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ICORSARIDELSUD.IT

www.ecostampa.it

Mar. Set 29th, 2026 15:56:11 CEST

I CORSARI DEL SUD

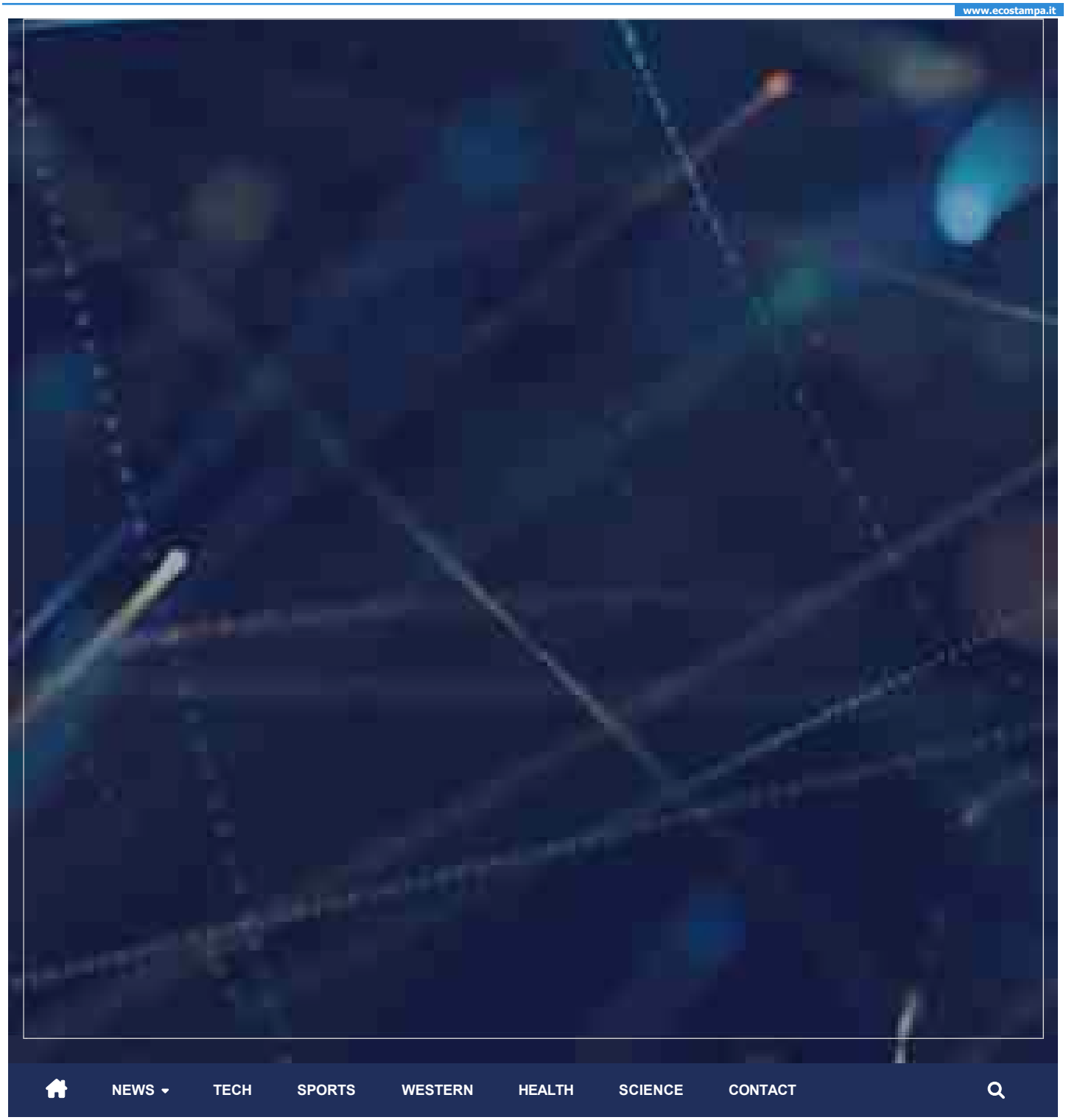
Semplice. Potente.

I Corsari del Sud

Da noi informazione libera

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67



PUBBLICITÀ

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio

PUBBLICITÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ICORSARIDELSUD.IT

www.ecostampa.it

Dop e Igp Made in Italy

By icorsaridelsud

SET 29, 2026 #adnkronos, #ultimora

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la

Seleziona una categori

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Di tendenza
Zuliani Sgaravatti (Assoverde): "Cultura del verde sin da scuola primaria"

Post Views: 2

La corona di Cagliostro

"Ho ucciso il mio cane", la rivelazione choc della possibile vice di Trump

Musica, Volpini: "LE DIV4S, il quartetto crossover femminile tra i primi al mondo, nato come una sfida"

Legge elettorale, dal proporzionale al premio e alle preferenze: oggi il voto al Senato

Facebook X Pinterest LinkedIn Telegram WhatsApp Stampa

Condividi:

Condivisione

Mi piace:

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ICORSARIDELSUD.IT

www.ecostampa.it

Mar. Set 29th, 2026 17:17:04 CEST

I CORSARI DEL SUD

Semplice. Potente.

I Corsari del Sud

Da noi informazione libera

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ICORSARIDELSUD.IT

www.ecostampa.it

-
-
  - WORLD
  - ECONOMY
-
-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Search

PUBBLICITÀ

Rosati (Qualivita): “Piacenza 1714 progetto molto importante”

By icorsaridelsud

SET 29, 2026 #adnkronos, #ultimora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ICORSARIDELSUD.IT

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”. “C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Di tendenza
Zuliani Sgaravatti (Assoverde): “Cultura del verde sin da scuola primaria”

Post Views: 2

La corona di Cagliostro

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilBustese.it
l'Inform@zione di Busto Arsizio e Valle Olona
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 19°C

MER 30 17.1°C 24.6°C

GIO 1 17.7°C 23.8°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Oroscopo
- Ieri... oggi, è già domani
- Il Gusto di Busto
- io_viaggio_leggero
- Non solo Fumetti
- Calci in aria
- La vita in cammino
- Socialmente Utile
- Fotogallery
- Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Sport
Shooting Academy trionfa a Roma: 20 medaglie ai campionati italiani di tiro a segno

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilBustese.it
l'Inform@zione di Busto Arsizio e Valle Olona
Edizione locale ilNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 22°C

GIO 1 17.7°C 24.1°C

VEN 2 17.3°C 25.3°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Oroscopo
- Ieri... oggi, è già domani
- Il Gusto di Busto
- io_viaggio_leggero
- Non solo Fumetti
- Calci in aria
- La vita in cammino
- Socialmente Utile
- Fotogallery
- Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Lite finisce con un colpo di pistola a Cavaria: un ferito. Indagano i carabinieri

Attualità

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

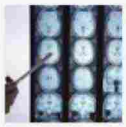
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

IN BREVE

mercoledì 30 settembre

Ucraina, Kiev ancora sotto attacco: missili e droni russi contro la capitale

Di Battista e il tumore al cervello, in Italia circa 6mila diagnosi ogni anno: quali sono i sintomi 'spia'



Scuola, è caro ripetizioni: quanto costano le lezioni private, materia per materia

Tumori, al via studio per ridurre rischio recidive da cancro al seno

Diabete, l'Ai ascolta la tua voce e scopre il rischio: bastano 20 secondi

Centrosinistra, Renzi apre a Conte: "Se vince le primarie lo sosterrò"

Bollette, Eni taglia 30% su luce-gas. Enel, già da aprile sconto del 50% su elettricità. Meloni: "Anche altri attori diano una mano"

martedì 29 settembre

"L'IA è la cosa più grande che ci sia", Trump accelera e la ribattezza Super intelligenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILBUSTESE.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILBUSTESE.IT (WEB)

www.ecostampa.it

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilBustese.it
l'Inform@zione di Busto Arsizio e Valle Olona
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.1°C 24.6°C

GIO 1 17.7°C 23.8°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Oroscopo
- Ieri... oggi, è già domani
- Il Gusto di Busto
- io_viaggio_leggero
- Non solo Fumetti
- Calci in aria
- La vita in cammino

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Socialmente Utile
Fotogallery
Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Territorio
Biondina, 100 anni e tanta passione per i fornelli

Busto Arsizio
Cinquanta scatti che raccontano la memoria: a Busto il primo concorso fotografico sulla Cascina dei Poveri e Burattana

Cronaca
Distributori di benzina del Varesotto nel mirino della Guardia di Finanza: sanzionati otto impianti

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Il sito "il Centro Tirreno.it" utilizza cookie tecnici o assimilati e cookie di profilazione di terze parti in forma aggregata a scopi pubblicitari e per rendere più agevole la navigazione, garantire la fruizione dei servizi, se vuoi saperne di più leggi l'informativa estesa, se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso.

OK

Informativa estesa

ENHANCED BY Google

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

RED / 29 SETTEMBRE 2026

CRONACA

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Author: Red **Website:** http://ilcentrotirreno.it/ **Email:** red@ilcentrotirreno.it

il Centro Tirreno.it quotidiano online

CHI È ONLINE

Abbiamo
3170 visitatori e
nessun utente online

HELP

CONTATTI

INFORMATIVA

COPYRIGHT
PRIVACY
DISCLAIMER

SOCIAL

FACEBOOK
TWITTER
PINTEREST
YOUTUBE
INSTAGRAM
RSS

Copyright © il Centro Tirreno - Quotidiano online. Direttore responsabile Rosario Rullo.

il Centro Tirreno.it - ISSN: 2239-1010 - tutti i diritti riservati - Testata giornalistica - Registrazione Tribunale di Cosenza n. 11 del 12/07/2010 - Editore Claudio Costanzo - P.IVA 02323100780.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILCENTROTIRRENO.IT

www.ecostampa.it

Il sito "il Centro Tirreno.it" utilizza cookie tecnici o assimiliati e cookie di profilazione di terze parti in forma aggregata a scopi pubblicitari e per rendere più agevole la navigazione, garantire la fruizione dei servizi, se vuoi saperne di più leggi l'informativa estesa, se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso.

OK

Informativa estesa

Abbiamo 3340 visitatori e nessun utente online

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

RED / 29 SETTEMBRE 2026

ECONOMIA

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILCENTROTIRRENO.IT

www.ecostampa.it

Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Author: Red **Website:** http://ilcentrotirreno.it/ **Email:** red@ilcentrotirreno.it

il Centro Tirreno.it quotidiano online

CHI È ONLINE
Abbiamo 3340 visitatori e nessun utente online

HELP
CONTATTI

INFORMATIVA
COPYRIGHT
PRIVACY
DISCLAIMER

SOCIAL
FACEBOOK
TWITTER
PINTEREST
YOUTUBE
INSTAGRAM
RSS

Copyright © il Centro Tirreno - Quotidiano online. Direttore responsabile Rosario Rullo.
il Centro Tirreno.it - ISSN: 2239-1010 - tutti i diritti riservati - Testata giornalistica - Registrazione Tribunale di Cosenza n. 11 del 12/07/2010 - Editore Claudio Costanzo - P.IVA 02323100780.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILCENTROTIRRENO.IT

www.ecostampa.it

Il sito "il Centro Tirreno.it" utilizza cookie tecnici o assimiliati e cookie di profilazione di terze parti in forma aggregata a scopi pubblicitari e per rendere più agevole la navigazione, garantire la fruizione dei servizi, se vuoi saperne di più leggi l'informativa estesa, se decidi di continuare la navigazione consideriamo che accetti il loro uso.

OK

Informativa estesa

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

RED / 29 SETTEMBRE 2026

ECONOMIA

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto

importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Author: Red **Website:** http://ilcentrotirreno.it/ **Email:** red@ilcentrotirreno.it

il Centro Tirreno.it quotidiano online

CHI È ONLINE
Abbiamo 3340 visitatori e nessun utente online

HELP
CONTATTI

INFORMATIVA
COPYRIGHT
PRIVACY
DISCLAIMER

SOCIAL
FACEBOOK
TWITTER
PINTEREST
YOUTUBE
INSTAGRAM
RSS

Copyright © il Centro Tirreno - Quotidiano online. Direttore responsabile Rosario Rullo.
il Centro Tirreno.it - ISSN: 2239-1010 - tutti i diritti riservati - Testata giornalistica - Registrazione Tribunale di Cosenza n. 11 del 12/07/2010 - Editore Claudio Costanzo - P.IVA 02323100780.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILCORRIEREDIBOLOGNA.IT

www.ecostampa.it

ILCORRIERE DI BOLOGNA

martedì, 29 Settembre , 26

La Russia scrive alla Nato: "Difenderemo Kaliningrad con tutto l'arsenale". L'Alleanza replica: "Pronti a difenderci"

Nella nota trasmessa sotto forma di documento informale ("non paper"), la diplomazia di Mosca aggiunge: "L'Alleanza sta conducendo una campagna informativa su larga scala per alimentare il mito della 'minaccia russa'"

Ancora raid a Gaza: 4 morti e diversi feriti, anche bambini

Un attacco aereo israeliano ha raggiunto la località settentrionale di Jabalia al-Balad

Zahara, anche la terza figlia di Angelina Jolie e Brad Pitt dice addio al cognome del padre

Dopo la sorella Shiloh e il fratello maggiore Maddox, anche Zahara Marley Jolie ha scelto di togliere legalmente il cognome di Brad Pitt: c'è l'ok del giudice

Iran, Qatar: "Continuiamo a mediare, per de-escalation e Hormuz"

Oggi il presidente del Parlamento iraniano Mohammad Bagher Ghalibaf ha avvertito che, se gli Stati Uniti colpiranno ancora gli obiettivi iraniani, Teheran colpirà a sua volta le basi statunitensi nel Golfo

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Videonews › Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Di Redazione

29/09/2026

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition

Forbidden

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILCORRIEREDIBOLOGNA.IT

www.ecostampa.it

Piacenza, 29 set. (askanews) – Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso."Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano – spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta – utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa – prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie – ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ILCORRIEREDIBOLOGNA.IT

www.ecostampa.it

Alessio Mammi – e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione – dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

Potrebbe interessarti

Ragazzo ucciso a Latina, minorenne accusato di omicidio pluriaggravato: "Delitto efferato"
29/09/2026

La Russia scrive alla Nato: "Difenderemo Kaliningrad con tutto l'arsenale". L'Alleanza replica: "Pronti a difenderci"
29/09/2026

Tg Politico Parlamentare, edizione del 29 settembre 2026
29/09/2026

Ragazzo ucciso a Latina,
Tg Politico Parlamentare,
Articoli Popolari

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

minorenne accusato di omicidio pluriaggravato: "Delitto efferato"

29/09/2026

"Difenderemo Kaliningrad con tutto l'arsenale". L'Alleanza replica: "Pronti a difenderci"

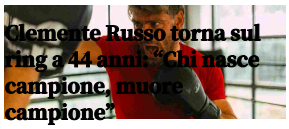
29/09/2026

edizione del 29 settembre 2026

29/09/2026

Gemmato: "Con farmaci equivalenti risparmi per 1,2 miliardi in 2026-28 ma Italia dietro per utilizzo"

29/09/2026



Clemente Russo torna sul ring a 44 anni: "Chi nasce campione, muore campione"

29/09/2026

Inaugurato a Bruxelles un edificio intitolato a "David Maria Sassoli"

29/09/2026

Check out ecco l'Academy sulla rendicontazione sostenibile Fp Cgil propone la tutela legale

other tags: _restauro colonnato piazza Plebiscito vittoria civile - 60% rispetto a 2024" -4% su anno

Ragazzo ucciso a Latina, minorenne accusato di omicidio pluriaggravato: "Delitto efferato"

La Russia scrive alla Nato: "Difenderemo Kaliningrad con tutto l'arsenale". L'Alleanza replica: "Pronti a difenderci"

Tg Politico Parlamentare, edizione del 29 settembre 2026

Gemmato: "Con farmaci equivalenti risparmi per 1,2 miliardi in 2026-28 ma Italia dietro per utilizzo"

Clemente Russo torna sul ring a 44 anni: "Chi nasce campione, muore campione"

ILCORRIERE DI BOLOGNA

Questo sito contribuisce alla audience di "OndAzzurra". Testata giornalistica iscritta al Registro Stampa del Tribunale di Napoli al nr. N. 4874. Alcuni testi citati o immagini inserite sono tratte da internet e, pertanto, considerate di pubblico dominio; qualora la loro pubblicazione violasse eventuali diritti d'autore vogliate comunicarlo via e-mail all'indirizzo segnalazioni@ilcorrieredibologna.it per provvedere alla conseguente rimozione o modificazione.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILCORRIEREDIFIRENZE.IT

www.ecostampa.it

Piacenza 1714, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ILCORRIEREDIFIRENZE.IT

www.ecostampa.it

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILCORRIEREDIFIRENZE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILDENARO.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

immagine

Video Player is loading. Play Video Play Mute Current Time Duration Loaded Stream Type LIVE Seek to live, currently behind live LIVE Remaining Time 1x Playback Rate Chapters Chapters Descriptions descriptions off , selected Subtitles subtitles settings , opens subtitles settings dialog subtitles off , selected Audio Track Picture-in-Picture Fullscreen This is a modal window. Beginning of dialog window. Escape will cancel and close the window. Text Color White Black Red Green Blue Yellow Magenta Cyan Transparency Opaque Semi-Transparent Background Color Black White Red Green Blue Yellow Magenta Cyan Transparency Opaque Semi-Transparent Transparent Window Color Black White Red Green Blue Yellow Magenta Cyan Transparency Transparent Semi-Transparent Opaque Font Size Text Edge Style None Raised Depressed Uniform Dropshadow Font Family Proportional Sans-Serif Monospace Sans-Serif Proportional Serif Monospace Serif Casual Script Small Caps Reset restore all settings to the default values Done Close Modal Dialog End of dialog window. Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia. Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori.Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno.La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana.E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. Facebook Twitter WhatsApp Linkedin Email Print Telegram Articolo precedente Novo a EASD, semaglutide al centro della lotta a diabete e obesità Prossimo articolo Gaza, funerali collettivi con i corpi recuperati dalle macerie ildenaro.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILDENARO.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714

immagine

(Adnkronos) Piacenza è l´unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l´Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, consenta di far conoscere queste eccellenze in particolar modo la Coppa Piacentina e l´Aceto Balsamico di Modena Igp a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c´è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all´Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all´incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l´ultimo panino della selezione Origini Edition´. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana. Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale, conclude l´assessore. Facebook Twitter WhatsApp Linkedin Email Print Telegram Articolo precedente Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante Prossimo articolo Cina, in fase di test un eVTOL di nuova generazione per passeggeri senza pilota ildenaro.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILDENARO.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

immagine

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. Facebook Twitter WhatsApp Linkedin Email Print Telegram Articolo precedente 3DSecret, un´IA che legge il sangue per diagnosi e cure su misura Prossimo articolo Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): Bene panino Piacenza 1714 ildenaro.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

il Fatto Nisseno

ULTIM'ORA

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

AdnKronos | Mar, 29/09/2026 - 14:50

Condividi su:

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

ADNKRONOS ULTIMORA

PRIMO PIANO

A Caltanissetta approda il Festival Lirico dei Teatri di Pietra 2026, appuntamento giovedì 1 ottobre con "Passione Flamenco – Il rito della luce"
di Redazione 3 Mar, 29/09/2026 - 12:36

EVENTI E SPETTACOLI
Caltanissetta, oggi è la tua festa: la Città abbraccia il suo Patrono San Michele

PRIMOPIANO
Caltanissetta. Evento di spessore il concerto della Giovane Orchestra Sicula in onore del Patrono San Michele

PRIMOPIANO
Avvocato aggredito con l'acido a Messina, fermata la ex cliente

PRIMOPIANO
Caltanissetra, crisi idrica e caro autobotti: Federconsumatori porta il caso Gibil Gabib davanti ad ARERA e AGCM

IL FATTO SICILIANO

Scoperti e sequestrati allo Zen di Palermo 17 chili di droga, arrestata una coppia
di Redazione 3 Mar, 29/09/2026 - 11:51

ATTUALITÀ
Anas Sicilia, conclusa l'iniziativa per la mobilità sostenibile

CRONACA
Etna, Sac: ripristinati i voli all'aeroporto di Catania

CRONACA
Etna, nube eruttiva alta 4 chilometri: voli sospesi fino alle 15 all'aeroporto di Catania

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

il Fatto Nisseno

ULTIM'ORA

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

AdnKronos | Mar, 29/09/2026 - 15:02

Condividi su:

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione

PRIMO PIANO

A Caltanissetta approda il Festival Lirico dei Teatri di Pietra 2026, appuntamento giovedì 1 ottobre con "Passione Flamenco – Il rito della luce"
di Redazione 3 Mar, 29/09/2026 - 12:36

EVENTI E SPETTACOLI
Caltanissetta, oggi è la tua festa: la Città abbraccia il suo Patrono San Michele

PRIMOPIANO
Caltanissetta. Evento di spessore il concerto della Giovane Orchestra Sicula in onore del Patrono San Michele

PRIMOPIANO
Avvocato aggredito con l'acido a Messina, fermata la ex cliente

PRIMOPIANO
Caltanissetra, crisi idrica e caro autobotti: Federconsumatori porta il caso Gibil Gabib davanti ad ARERA e AGCM

IL FATTO SICILIANO

Scoperti e sequestrati allo Zen di Palermo 17 chili di droga, arrestata una coppia
di Redazione 3 Mar, 29/09/2026 - 11:51

ATTUALITÀ
Anas Sicilia, conclusa l'iniziativa per la mobilità sostenibile

CRONACA
Etna, Sac: ripristinati i voli all'aeroporto di Catania

CRONACA
Etna, nube eruttiva alta 4 chilometri: voli sospesi fino alle 15 all'aeroporto di Catania

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela

CRONACA
Scoperta discarica abusiva di scarti edili nel Siracusano

ADV

CRONACA

CRONACA
Caltanissetta, la Real Maestranza ha il suo nuovo Capitano per il 2027: è il maestro marmista Salvatore Fiocco

CRONACA
Caltanissetta. La preghiera del Poliziotto di Niscemi a San Michele Arcangelo, Patrono della Polizia di Stato

CRONACA
Porto Rifugio di Gela, Leonardo Burgio (Lega): "Un passo importante per la Città; apprezzamento per il lavoro di Tardino"

CRONACA
Presentata l'APP del Comune di Caltanissetta: servizi e informazioni con

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Formaggio Asiago “questa collaborazione è un’occasione preziosa per portare l’eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l’importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori”.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

ADNKRONOS ULTIMORA

pochi click

ATTUALITÀ

San Cataldo riconverte le cabine telefoniche in bibliocabine
di Redazione 3 Mar, 29/09/2026 - 12:49

ATTUALITÀ
La Polizia celebra il Patrono San Michele Arcangelo, la cerimonia nazionale a Milano

ATTUALITÀ
Caltanissetta, deposta una corona d’alloro alla stele dedicata ai caduti della Polizia

ATTUALITÀ
Caltanissetta, “Verso un futuro possibile”: a Casa Rosetta un progetto di formazione-lavoro per cinquanta utenti delle comunità terapeutiche

ATTUALITÀ
Anas, ad Agrigento al via “On the road”: giovani e istituzioni insieme per la sicurezza stradale

POLITICA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

il Fatto Nisseno

ULTIM'ORA

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

AdnKronos | Mar, 29/09/2026 - 14:51

Condividi su:

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”. “C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

ADNKRONOS ULTIMORA

PRIMO PIANO

A Caltanissetta approda il Festival Lirico dei Teatri di Pietra 2026, appuntamento giovedì 1 ottobre con “Passione Flamenco – Il rito della luce”
di Redazione 3 Mar, 29/09/2026 - 12:36

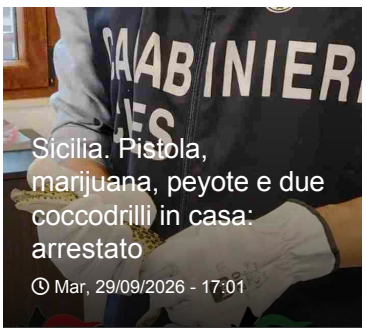
EVENTI E SPETTACOLI
Caltanissetta, oggi è la tua festa: la Città abbraccia il suo Patrono San Michele

PRIMOPIANO
Caltanissetta. Evento di spessore il concerto della Giovane Orchestra Sicula in onore del Patrono San Michele

PRIMOPIANO
Avvocato aggredito con l’acido a Messina, fermata la ex cliente

PRIMOPIANO
Caltanissetra, crisi idrica e caro autobotti: Federconsumatori porta il caso Gibil Gabib davanti ad ARERA e AGCM

IL FATTO SICILIANO


Sicilia. Pistola, marijuana, peyote e due coccodrilli in casa: arrestato
Mar, 29/09/2026 - 17:01

IL FATTO SICILIANO
Sicilia, con la bici elettrica finisce sotto un camion: morto. Mezzo pesante sollevato dai vigili del fuoco per estrarre la vittima

IL FATTO SICILIANO
Migranti: arrivano da soli a Lampedusa, rintracciati in 83

CRONACA
Scoperti e sequestrati allo Zen di Palermo 17 chili di droga, arrestata una coppia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilfoglio.it
IL FOGLIO
quotidiano

www.ecostampa.it

Edicola digitale
IL FOGLIO
quotidiano
Login
ABBONATI
IT EN

Adnkronos
ECONOMIA

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 SET 26

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilfoglio.it
IL FOGLIO
quotidiano
www.ecostampa.it

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

martedì 29 settembre 2026

Settecento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Potrebbe interessarti anche

SANITÀ

Diabete, numeri in crescita: sintomi, farmaci e cosa sapere su una delle principali sfide per la sanità pubblica VIDEO

- Growth Hormone: ormone della crescita fra moda, illusioni e rischi
- Invecchiare in salute tra rischi e sfide: i fattori per la longevità

BRESCIA

Maltempo, danneggiata la Regia Nave Puglia al Vittoriale: sopralluogo di Giuli VIDEO

- Maltempo, allerta gialla per temporali e rovesci in Veneto. E la siccità continua a mordere: acqua razionata in Alto Adige

POLITICA

Bonelli: «Dalle basi italiane 500 voli Usa per la guerra in Iran? Meloni ha mentito al Parlamento» VIDEO

- Guerra in Iran, Rutte (Nato): «Dalle basi italiane sono decollati 500 aerei degli Stati Uniti»

A SCUOLA

Maturità, conclusi gli scritti: per oltre 527mila studenti è ora

Caregiver familiare, Stefani: «Il Veneto oggi ha scelto di prendersi cura di chi si prende cura» VIDEO

- Caregiver, via libera unanime alla legge per il sostegno familiare in Veneto. Stefani: «Promessa mantenuta»

OROSCOPO DI LUCA

Il cielo oggi vi dice che...
Luca legge e racconta le parole delle stelle, segno per segno...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it

www.ecostampa.it

martedì 29 settembre 2026

Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.

"Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia".

Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa - prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".

Cuccioli salvati, il momento della liberazione di Trifoglio, Primula e Ranuncolo VIDEO

OROSCOPO DI LUCA

Il cielo oggi vi dice che...
Luca legge e racconta le parole delle stelle, segno per segno...

VENICE VISIT PASS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it

www.ecostampa.it

Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".

La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".

E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Potrebbe interessarti anche

ITALIA

Epatite A, controlli in pescherie e ristoranti di tutta Italia: sequestrate oltre 16 tonnellate di alimenti VIDEO

LE DICHIARAZIONI

Trump: «Ho aumentato del 25% i dazi su tutte le auto e i camion» VIDEO

• Guerra Usa-Iran, Trump alza i dazi su auto e camion Ue al 25%. «Validi da lunedì perché non rispettate accordi». Europarlamento: «Risponderemo»

CATAFORIO

Auto si ribalta nel torrente, due persone intrappolate salvate dai carabinieri VIDEO

BIOPARCO DI ROMA

Tamarino imperatore, nati due gemelli: sono tra le scimmie più rare del mondo VIDEO

• Tamarino imperatore, nati due gemelli: sono tra le scimmie più rare del mondo

TORINO

Poliziotti aggrediti durante il corteo Askatasuna, condanna unanime per le violenze. Vertice sulla sicurezza VIDEO

Contributo di accesso Venezia 2026: Prezzo, date ed esenzioni

LE PIÚ LETTE

Luca Claudio: «Flavio Briatore per far diventare Abano e Montegrotto la 'Cortina delle terme'»
di Eugenio Garzotto

La sorgente dell'imperatore esiste veramente, la scoperta dopo anni di miti e storie di paese: «Finalmente l'abbiamo trovata»
di Tiziano Gualtieri

Luca Favarin, l'ex prete è diventato papà. Il dolce annuncio sui social e la lettera al figlio: «Iniziamo con tanta emozione questo viaggio»
di Redazione web

MoltoFood

DOLCI
Carrot Cake, la ricetta con frosting facile all'italiana
di Virginia Fabbri

PRIMI
Farfalle zucchine e prosciutto, la ricetta dal tocco cremoso e dal gusto delicato
di Francesco Palumbo

VEDI TUTTE LE RICETTE

PIEMME

CONCESSIONARIA DI PUBBLICITÁ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it

www.ecostampa.it

ULTIMISSIME

Martedì 29 Settembre - agg. 15:18

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

martedì 29 settembre 2026

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it

www.ecostampa.it

leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Potrebbe interessarti anche

PIETRACATELLA

Mamma e figlia morte avvelenate: perquisiti due studi di Gianni Di Vita (non indagato). La borsa della moglie e le tracce di ricina Chi è lui

- Sotto esame pc e pen drive
- Foto

di Marta Giusti

LIVE MEDIO ORIENTE

Trump: «All'Iran non ho offerto nulla». La replica: nessuna flessibilità sul nucleare, sul tavolo solo Hormuz. Petrolio in rialzo (+2%)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it

www.ecostampa.it

ULTIMISSIME

Martedì 29 Settembre - agg. 15:33

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

martedì 29 settembre 2026

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra.

La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it
www.ecostampa.it

faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it

www.ecostampa.it

nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Potrebbe interessarti anche

L'INCHIESTA

Portera (ex Ris): «Non analizzai il Dna sulla bici» «Revisione per Stasi, la condanna è disintegrata» L'ipotesi depistaggio e il rischio nuova indagine

- La mamma delle gemelle Cappa parte offesa
- Per genitori di Chiara non c'è colpevole alternativo

di Redazione web

MUGGIA

Eco Trieste, arriva la più grande nave ibrida per la raccolta dei rifiuti portuali

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Ultimo aggiornamento: 15:32

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Potrebbe interessarti anche

SANITÀ

Diabete, numeri in crescita: sintomi, farmaci e cosa sapere su una delle principali sfide per la sanità pubblica VIDEO

- Growth Hormone: ormone della crescita fra moda, illusioni e rischi
- Invecchiare in salute tra rischi e sfide: i fattori per la longevità

BRESCIA

Maltempo, danneggiata la Regia Nave Puglia al Vittoriale: sopralluogo di Giuli VIDEO

- Maltempo, allerta gialla per temporali e rovesci in Veneto. E la siccità continua a mordere: acqua razionata in Alto Adige

POLITICA

Bonelli: «Dalle basi italiane 500 voli Usa per la guerra in Iran? Meloni ha mentito al Parlamento» VIDEO

- Guerra in Iran, Rutte (Nato): «Dalle basi italiane sono decollati 500 aerei degli Stati Uniti»

A SCUOLA

Maturità, conclusi gli scritti: per oltre 527mila studenti è ora

Cuccioli salvati, il momento della liberazione di Trifoglio, Primula e Ranuncolo VIDEO

OROSCOPO DI LUCA

Il cielo oggi vi dice che...
Luca legge e racconta le parole delle stelle, segno per segno...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it

www.ecostampa.it

ULTIMISSIME

Martedì 29 Settembre - agg. 15:36

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

martedì 29 settembre 2026

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

IL GAZZETTINO.it

www.ecostampa.it

internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Potrebbe interessarti anche

L'INCHIESTA

Portera (ex Ris): «Non analizzai il Dna sulla bici» «Revisione per Stasi, la condanna è disintegrata» L'ipotesi depistaggio e il rischio nuova indagine

- La mamma delle gemelle Cappa parte offesa
- Per genitori di Chiara non c'è colpevole alternativo

di Redazione web

MUGGIA

Eco Trieste, arriva la più grande nave ibrida per la raccolta dei rifiuti portuali

di E.B.

PIETRACATELLA

Mamma e figlia morte avvelenate: perquisiti due studi di Gianni Di Vita (non indagato). La borsa della moglie e le tracce di ricina Chi è lui

- Sotto esame pc e pen drive
- Foto

di Marta Giusti

LIVE MEDIO ORIENTE

Trump: «All'Iran non ho offerto nulla». La replica: nessuna flessibilità sul nucleare, sul tavolo solo Hormuz. Petrolio in rialzo (+2%)

- Video
- Tensione in Mar Rosso

IN CANSIGLIO

La liberazione di Trifoglio, Primula e Ranuncolo in Cansiglio: i tre piccoli caprioli salvati ma cresciuti senza mai vedere l'uomo VIDEO

di Luca Vecellio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

martedì, 29 settembre 2026
Seguici su

IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

"La libertà innanzi tutto e sopra tutto"
Benedetto Croce «Il Giornale d'Italia» (10 agosto 1943)

Autogrill e Fondazione Qualivita, presentato il Piacenza 1714 per il progetto Origini Edition con le eccellenze DOP e IGP

Il quarto panino del progetto nato con la Fondazione Qualivita unisce tre eccellenze italiane lungo le autostrade; per Avolta gli acquisti da fornitori nazionali sfiorano il 75%

di Redazione

29 Settembre 2026

Presentazione Panini Piacenza 1714

Resta aggiornato, iscriviti alla nostra newsletter

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

EMAIL
VOGLIO ISCRIVERMI!

Autogrill, leader della ristorazione per chi viaggia e parte di **Avolta**, presenta **Piacenza 1714**, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la **Coppa Piacentina DOP**, l'**Asiago DOP Fresco** e l'**Aceto Balsamico di Modena IGP**, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: **Katia Tarasconi**, Sindaco di Piacenza, **Alessio Mammi**, Assessore regionale dell'Emilia-Romagna, **Luca D'Alba**, General Manager Italy F&B di Avolta, **Mauro Rosati**, Direttore Generale della Fondazione Qualivita, **Cesare Baldrighi**, Presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze DOP e IGP che la ricetta celebra.

La denominazione "***1714***" nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del **Collegio Alberoni** e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale **Giulio Alberoni**, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della **Coppa Piacentina DOP**, all'epoca conosciuta come "bondiola" - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. **Piacenza 1714** diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto **Origini Edition** - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del Ministro Francesco Lollobrigida, in collaborazione con **Fondazione Qualivita** e con il sostegno di **MASAF** e **FIPE** - volto a

Segui Il Giornale d'Italia su Google Discover
Aggiungi Il Giornale d'Italia come Fonte Preferita

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete **Autogrill**. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: **Carpegna 1463**, **Andria 1931** e **Gioia 1922**. Anche con **Piacenza 1714**, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo.

L'impegno di **Autogrill**, attraverso **Origini Edition**, per la valorizzazione dell'**expertise regionale** di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il **75%** dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati.

Una filosofia in linea con la visione di tutta **Avolta**, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con **Dufry**. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa **5.100 punti** vendita in oltre **1.000 location**. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre **400 punti vendita** su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa **60 brand**, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, **Autogrill** è il brand di **Avolta** leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

Alessio Mammi, Assessore all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna *"Le nostre 46 produzioni DOP e IGP rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP sono due espressioni importanti di questo sistema, che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni DOP e IGP regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta *"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate".*

Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita *"Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle DOP e IGP presso un pubblico ampio e internazionale".*

Cesare Mazzetti, Presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena *"Siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".*

Roberto Belli, Direttore del Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini *"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina DOP, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714".*

Fiorenzo Rigoni, Presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

"Questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Il Giornale d'Italia è anche su **Whatsapp**. **Clicca qui** per iscriversi al canale e rimanere sempre aggiornati.

Tags: autogrill | fondazione qualivita | avolta | piacenza 1714 | origini edition

Commenti

Scrivi e lascia un commento

Articoli Recenti

Autogrill e Fondazione Qualivita, presentato il Piacenza 1714 per il progetto Origini Edition con le eccellenze DOP e IGP

Banca Finnat, avviato il market making sui derivati azionari di Euronext; attività su futures e opzioni italiani

Ardian, lanciato Access Infrastructure ELTIF con formula evergreen; investimenti minimi da €10 mila per gli investitori europei

Banca Ifis perde il 17,3% a Piazza Affari; verso la risposta a Bankitalia tra M&A e pulizia di bilancio nel 2026

Carburanti, Q8 introduce il price cap dal 1° ottobre per 30 giorni, benzina e diesel iniziano a scendere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

martedì, 29 settembre 2026
Seguici su

IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

"La libertà innanzi tutto e sopra tutto"
Benedetto Croce «Il Giornale d'Italia» (10 agosto 1943)

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition

di Agenzia Askanews

29 Settembre 2026

Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.

"Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia".

Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa - prosegue D'Alba -.

Segui Il Giornale d'Italia su Google Discover

Aggiungi Il Giornale d'Italia come Fonte Preferita

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".

Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".

La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".

E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

Seguici su

Il Giornale d'Italia è anche su **Whatsapp**. Clicca qui per iscriversi al canale e rimanere sempre aggiornati.

Tags: video | cro

Commenti

Scrivi e lascia un commento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

martedì, 29 settembre 2026
Seguici su

IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

"La libertà innanzi tutto e sopra tutto"
Benedetto Croce «Il Giornale d'Italia» (10 agosto 1943)

Baldrighi (Origin Italia): "Autogrill è una vetrina per le nostre DOP e IGP; unendo le forze tuteliamo i prodotti tipici"

Il Presidente di Origin Italia ha rilasciato un'intervista a Il Giornale d'Italia in occasione della presentazione del panino Piacenza 1714 in collaborazione con Fondazione Qualivita

di Redazione

29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

Cesare Baldrighi, Presidente di Origin Italia, ha rilasciato un'intervista a *Il Giornale d'Italia* in occasione della presentazione del panino **Piacenza 1714**, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la **Coppa Piacentina DOP**, l'**Asiago DOP Fresco** e l'**Aceto Balsamico di Modena IGP**, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Cosa rappresenta per voi la nascita di questo panino Piacenza 1714?

Indubbiamente una grandissima opportunità per tutti i consorzi e per tutte le indicazioni geografiche. In realtà noi abbiamo stimolato un po' questa direzione. Con Origin Italia e la Fondazione Qualivita veniamo da una lunga esperienza fatta con McDonald's proprio in questa direzione. Naturalmente Autogrill ci offre una platea estremamente ampia di visitatori, molti dei quali arrivano fuori da fuori. Il nostro Paese e per noi significa avere una grande vetrina di presentazione dei prodotti e delle indicazioni geografiche dei diversi consorzi e nello stesso tempo offrire un'opportunità di valorizzazione per Autogrill con dei prodotti di qualità alta, certificati garantiti con una provenienza certa. Quindi diciamo percorriamo due strade la qualità da un lato e la

Segui Il Giornale d'Italia su Google Discover

Aggiungi Il Giornale d'Italia come Fonte Preferita

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

conoscenza e la diffusione dei marchi dall'altro

Quanto è importante diffondere per voi i prodotti locali e le tradizioni italiane?

Di fatto i consorzi nascono per questo, nascono per conservare una tradizione produttiva, per rinforzarla e per dare alle aziende che li compongono, perché i Consorzi tutela sono fatti da aziende. Dare loro un'opportunità di sviluppo economico quindi sviluppo del territorio, opportunità di lavoro, condizioni socio-economiche migliori per dei territori che spesso sono lontani dai grandi centri urbani, quindi hanno più difficoltà a mantenere un'attività economica attiva. Il nostro obiettivo, attraverso questi percorsi, è uno dei modi per raggiungere più facilmente il percorso che stiamo cercando di fare. Consideriamo poi che i consorzi di tutela uniscono intorno allo stesso tavolo realtà economiche molto diverse. Noi abbiamo un Paese che è fatto da 1000 campanili, quindi da tante divisioni e questo processo di unità intorno allo stesso tavolo delle DOP è certamente un modo per mantenere la distintività dei prodotti, ma nello stesso tempo fare un gioco in cui si uniscono le forze e consente a quel prodotto di meglio sviluppare le sue attività

Qual è la sfida più grande per mettere insieme tradizioni, innovazione e territorio?

La sfida è quella del mercato è quello di riuscire ad essere presenti sempre di più nei posti che contano. Autogrill è uno di questi. E se c'è un'opportunità economica per le aziende e per i consorzi, naturalmente questo rende tutto più semplice. Bisogna superare qualche scoglio, perché è chiaro che all'interno di un consorzio di tutela siedono gli operatori del settore che sono frequentemente concorrenti. Quindi occorre sufficiente ampiezza di vedute per capire che ognuno fa la propria strada dal punto di vista industriale e commerciale. Ma su alcuni passaggi bisogna che si mettano tutti d'accordo e che battono, che percorrono la strada nella stessa direzione, con la stessa insistenza per tutelare il prodotto, per difenderlo dalle imitazioni, per renderlo più visibile e per affrontare anche un po' il mondo della comunicazione, dove è possibile, che è un mondo estremamente costoso, che molto spesso le aziende da sole non potrebbero affrontare.

Seguici su

Il Giornale d'Italia è anche su **Whatsapp**. Clicca qui per iscriversi al canale e rimanere sempre aggiornati.

Tags: autogrill | piacenza 1714 | cesare baldrighi | origin italia | avolta | fondazione qualivita

Commenti

Scrivi e lascia un commento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

martedì, 29 settembre 2026
Seguici su

IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

"La libertà innanzi tutto e sopra tutto"
Benedetto Croce «Il Giornale d'Italia» (10 agosto 1943)

Belli (Consorzio Salumi DOP): "Con il Piacenza 1714 la nostra storia e la Coppa Piacentina DOP viaggiano in tutta Italia"

Il Direttore del Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini ha rilasciato un'intervista a Il Giornale d'Italia in occasione della presentazione di Autogrill del panino Piacenza 1714

di Redazione

29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

Roberto Belli, Direttore del Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini, ha rilasciato un'intervista a *Il Giornale d'Italia* in occasione della presentazione del panino **Piacenza 1714**, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la **Coppa Piacentina DOP**, l'**Asiago DOP Fresco** e l'**Aceto Balsamico di Modena IGP**, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Che significato ha per voi la nascita di questo panino Piacenza 1714?

Per noi è sicuramente un momento molto, molto importante, perché essere stati inseriti in questo progetto che sta portando avanti Qualivita e Autogrill è estremamente significativo. Primo perché in questo panino ci va il nostro prodotto di punta, la Coppa piacentina, ma poi anche perché porta il nome di Piacenza Piacenza 1714, pertanto legato alla storia del nostro territorio, della nostra città e il nome Piacenza andrà in tutta Italia

Quanto è stato difficile mettere insieme la tradizione, la storia e l'innovazione?

Segui Il Giornale d'Italia su Google Discover

Aggiungi Il Giornale d'Italia come Fonte Preferita

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

Storia e innovazione è sempre un connubio estremamente importante da coniugare soprattutto in questi tempi. Però l'abbiamo l'abbiamo fatto. Autogrill ha messo in questo panino tre prodotti d'eccezione la Coppa piacentina, il l'Asiago, L'aceto Balsamico di Modena. Prodotti storici, pertanto, prodotti attuali ma con una storia estremamente radicata nei loro territori e che si perde veramente nella notte dei tempi. Posso parlare per quanto riguarda la Coppa piacentina, la Coppa piacentina ha una storia millenaria, storia millenaria che però la dobbiamo continuamente rinnovare per poterla rendere attuale ai sapori, ai gusti, a quanto oggi richiede il mercato, soprattutto verso i giovani. E questo panino è rivolto soprattutto ai giovani.

Seguici su

Il Giornale d'Italia è anche su **Whatsapp**. Clicca qui per iscriversi al canale e rimanere sempre aggiornati.

Tags: autogrill | avolta | piacenza 1714 | roberto belli | tutela salumi dop piacentini

Commenti

Scrivi e lascia un commento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

martedì, 29 settembre 2026
Seguici su

IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

"La libertà innanzi tutto e sopra tutto"
Benedetto Croce «Il Giornale d'Italia» (10 agosto 1943)

D'Alba (Avolta): "Con il Piacenza 1714 valorizziamo le eccellenze italiane; riscontri ottimi dal progetto Origini Edition"

Il General Manager Italy di F&B Avolta ha rilasciato un'intervista a Il Giornale d'Italia in occasione della presentazione del panino Piacenza 1714 in collaborazione con Fondazione Qualivita

di Redazione

29 Settembre 2026

Luca D'Alba, **General Manager Italy di F&B Avolta**, ha rilasciato un'intervista a *Il Giornale d'Italia* in occasione della presentazione del panino **Piacenza 1714**, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la **Coppa Piacentina DOP**, l'**Asiago DOP Fresco** e l'**Aceto Balsamico di Modena IGP**, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

Cosa rappresenta per voi la nascita del panino Piacenza 1714?

È un panino che ha rientro in un progetto più ampio. Piacenza, 1714. Rientra all'interno del progetto Origin Edition, un progetto che abbiamo iniziato a lanciare a inizio del 2026 in collaborazione con Fondazione Qualivita che ci aiuta a dialogare con tutti i Consorzi IGP e DOP italiani per far sì che questi panini rappresentino la valorizzazione del patrimonio enogastronomico italiano attraverso la degustazione dei prodotti il rapporto con i fornitori il legame con i territori ma anche la possibilità di comunicare ai nostri consumatori le origini di questi di questi prodotti, da cui il nome del progetto. Piacenza 1714. Perché la Coppa Piacentina DOP, che è uno degli ingredienti principali di questo panino assieme a l'Asiago fresco DOP e alla maionese con Aceto Balsamico IGP di Modena? 1614 Perché le prime come dire testimonianze relative alla Coppa centinaia risalgono alla al cardinal Alberoni al 1714 quindi un po la racconto della storia oltre alla degustazione fanno parte di questo di questo progetto che ci sta devo dire appassionando molto

Quanto è importante per voi far conoscere le tradizioni locali e i prodotti tipici?

È fondamentale perché uno dei motivi principali per cui i turisti, soprattutto stranieri, visitano il nostro paese è proprio la nostra offerta, incredibile dal punto di vista enogastronomico ed essendo noi spesso il primo punto di contatto per i turisti che entrano in Italia. Fornire questo tipo di panini, assieme ai nostri grandi classici, consente di far vivere un'esperienza appagante al nostro consumatore. Anche raccontare la storia, ripeto, di quello che c'è dietro questi ingredienti e il lavoro delle comunità locali e delle tante persone che da tantissimo tempo dedicano le loro energie a queste eccellenze del nostro Paese

Come Autogrill, qual è il bilancio fino a settembre 2026 e quali obiettivi avete per il 2027?

Relativamente questo progetto è molto positivo. Abbiamo avuto ottimi riscontri numerici, ma anche da parte dei nostri consumatori e come dicevo prima, è un progetto che ha l'obiettivo di essere un progetto di medio lungo periodo, quindi non si limita al lancio di quattro panini, ma stiamo già ragionando sui prossimi lanci e sull'estensione del progetto anche ad altre categorie merceologiche.

Seguici su

Il Giornale d'Italia è anche su **Whatsapp**. Clicca qui per iscriversi al canale e rimanere sempre aggiornati.

Tags: avolta | autogrill | luca d'alba | piacenza 1714

Commenti

Scrivi e lascia un commento

Segui Il Giornale d'Italia su Google Discover

Aggiungi Il Giornale d'Italia come Fonte Preferita

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

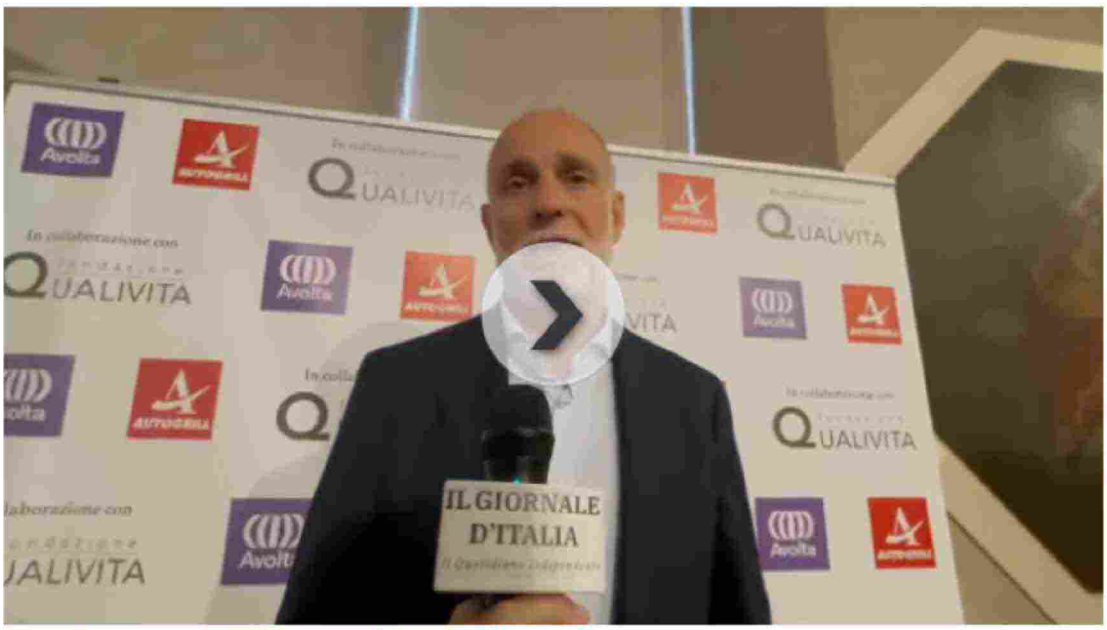
mercoledì, 30 settembre 2026
Seguici su
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente
Cerca...
"La libertà innanzi tutto e sopra tutto"
Benedetto Croce «Il Giornale d'Italia» (10 agosto 1943)

Rosati (Qualivita): "Con Autogrill portiamo il Made in Italy a chi viaggia; la tradizione è un'innovazione ben riuscita"

Il Direttore di Fondazione Qualivita ha rilasciato un'intervista a Il Giornale d'Italia in occasione della presentazione di Autogrill del panino Piacenza 1714

di Redazione

29 Settembre 2026



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilgiornaleditalia.it
IL GIORNALE D'ITALIA
Il Quotidiano Indipendente

www.ecostampa.it

Mauro Rosati, Direttore di Fondazione Qualivita, ha rilasciato un'intervista a *Il Giornale d'Italia* in occasione della presentazione del panino **Piacenza 1714**, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la **Coppa Piacentina DOP**, l'**Asiago DOP Fresco** e l'**Aceto Balsamico di Modena IGP**, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Cosa rappresenta per voi il lancio di questo panino Piacenza 1714?

Questa è la quarta ricetta che sviluppiamo insieme ad Autogrill. Sicuramente è una riconferma di quello che abbiamo già fatto, è una presentazione. Avevamo voluto fortemente qui a Piacenza perché è un luogo iconico dell'enogastronomia italiana. Credo che questo progetto che guarda lontano non guarda solo a questo panino, ma guarda come dia una traiettoria di promozione del made in Italy, sia importante perché intercetta due target fondamentali giovani e i turisti e viaggiatori che vengono in Italia. E diciamo il segmento su cui puntiamo per far conoscere il nostro made in Italy

Quanto è importante per voi valorizzare le tradizioni italiane e i prodotti locali?

È importante far conoscere, cioè far conoscere la distintività, la biodiversità agroalimentare che abbiamo nel nostro Paese. Poi è chiaro i gusti ognuno ha dei gusti propri, però Partiamo oggi purtroppo da una non conoscenza della grande biodiversità italiana, dalla grande biodiversità della cucina italiana e quindi questo progetto ci aiuterà a far ritornare al centro soprattutto di alcuni soggetti questi prodotti che possono essere. Può entrare nel carrello della spesa e possono far parte della dieta di tutti i giorni di ognuno di noi

Qual è stata la sfida per far collaborare la storicità di questi prodotti e l'innovazione?

Io dico sempre la tradizione è un'innovazione ben riuscita, ma soprattutto bisogna vedere la tradizione come un letto di un fiume che è, diciamo, dove transita sempre il fiume ma scorre qua e l'acqua. E in questi anni i nostri prodotti hanno fatto molta innovazione tante aziende hanno fatto molta innovazione e questo credo che sia stato uno dei vantaggi competitivi è un fattore di successo cioè quello di essere rimasti Legati a una tradizione ma sapendo innovare il prodotto i disciplinari di produzione anche l'approccio di comunicazione. Abbiamo visto negli ultimi anni anche il boom del turismo enogastronomico. Vuol dire che le aziende hanno iniziato ad aprire le proprie porte hanno dialogato con i consumatori, con i cittadini. Ecco, questo è un po' il pregio di tutte le DOP e IGP che ti induce a fare cose che da azienda singola non potresti fare

Quali obiettivi vi siete posti per il 2027?

L'obiettivo è quello di parlare sempre di più anche in questo mondo insieme. Autogrill della cucina attraverso i loro ristoranti, attraverso anche un marketing più concentrato sui prodotti DOP e IGP. Quindi anche una sfida nel retail nel voler valorizzare al meglio, all'interno del percorso i prodotti DOP IGP per creare una scelta di prodotti italiani che possono essere riconosciuti in ogni aspetto all'interno del mondo Autogrill.

Seguici su

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ILGIORNALEDITORINO.IT

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso."Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. L´articolo proviene da Il Giornale di Torino .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILGIORNALEDITORINO.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ILGIORNALEDITORINO.IT

www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". L´articolo proviene da Il Giornale di Torino .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILGIORNALEDITORINO.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ´Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ´Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento. POTREBBE INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Volume 90% EMBED Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso. "Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori". Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno". La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana". E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. POTREBBE INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

adv

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

martedì 29 settembre 2026, 14:50

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO
www.ecostampa.it

“Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”.

La denominazione ‘1714’ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell'anno - racconta D’Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche.

adv

Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume”. Gli altri ingredienti sono “l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il general manager.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

Infatti, “l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D’Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D’Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

adv

IL MATTINO

© 2026 Il Mattino - C.F. 01136950639 - P. IVA 05317851003

CALTAGIRONE EDITORE | IL MESSAGGERO | CORRIERE ADRIATICO | IL GAZZETTINO | QUOTIDIANO DI PUGLIA | LEGGO | PUBBLICITÀ

Contatti Informazioni Legali Whistleblowing Privacy Policy Cookie Policy Preferenze cookie Dichiarazione riserva TDM

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

adv

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

martedì 29 settembre 2026, 15:02

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO
www.ecostampa.it

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO
www.ecostampa.it

hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro.

adv

Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO
www.ecostampa.it

crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

adv

IL MATTINO

© 2026 Il Mattino - C.F. 01136950639 - P. IVA 05317851003

CALTAGIRONE EDITORE | IL MESSAGGERO | CORRIERE ADRIATICO | IL GAZZETTINO | QUOTIDIANO DI PUGLIA | LEGGO | PUBBLICITÀ

Contatti Informazioni Legali Whistleblowing Privacy Policy Cookie Policy Preferenze cookie Dichiarazione riserva TDM

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. POTREBBE INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

adv

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

martedì 29 settembre 2026, 14:51

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

adv

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

EMBED <div class="jw_embed" data-mediaid="FJayRbmq" s

adnkronos

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

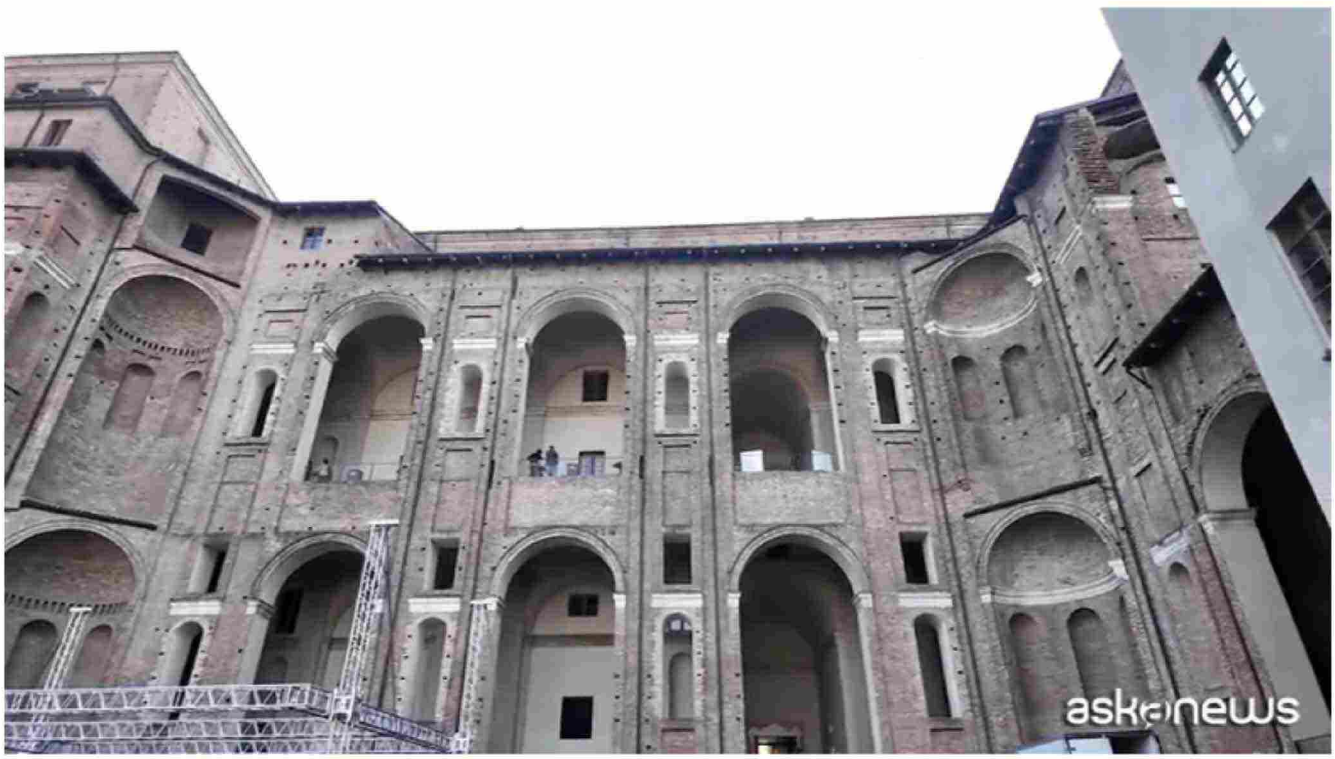
adv

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso



EMBED <div class="jw_embed" data-mediaid="VEmXcAQD"

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition

Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.

Il Messaggero TV
Garlasco, nuovi elementi sulla bici di Stasi: «Dna sui pedali non era di Chiara Poggi, ma la prova fu nascosta»

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

"Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia".

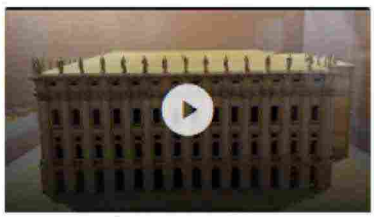
Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa - prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".

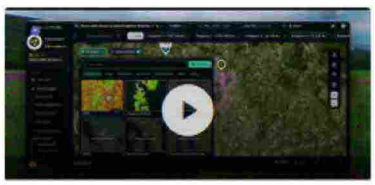
Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".

La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori.
"L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".

E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

DALLA STESSA SEZIONE


Venezia, l'ultimo sogno di Palladio era per Palazzo Ducale


Aree protette in Ue a rischio incendi, le tecnologie che le tutelano

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

adv

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

martedì 29 settembre 2026, 14:50

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878
www.ecostampa.it

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche.

Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878
www.ecostampa.it

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il general manager.

Infatti, “l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D’Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D’Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

adv

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

martedì 29 settembre 2026, 15:02

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878
www.ecostampa.it

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878
www.ecostampa.it

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878
www.ecostampa.it

Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878
www.ecostampa.it

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

EMBED <div class="jw_embed" data-mediaid="xckKKaCS" st

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

adv

ALTRI VIDEO DELLA CATEGORIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

adv

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

martedì 29 settembre 2026, 14:51

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ATTUALITÀ

Autogrill presenta ‘Piacenza 1714’, il panino di ‘Origini Edition’ che celebra i prodotti Dop e Igp

29 Settembre 2026 Redazione Video Adnkronos 0 minuto di lettura

Condividi

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ‘Piacenza 1714’, quarta

ULTIM’ORA

Kiev in fiamme e Mosca scrive alla Nato: “Difenderemo Kaliningrad”
18:32 29 Set 2026

Stretta sul registro elettronico per i compiti a casa
18:32 29 Set 2026

Usa e Cina corrono a debito. E l’Europa può smettere di essere sul menù
18:32 29 Set 2026

Autogrill presenta ‘Piacenza 1714’, il panino di ‘Origini Edition’ che celebra i prodotti Dop e Igp
18:32 29 Set 2026

Acqua: Pastorello (Acea): “Nell’area euromediterranea gap da 1.200 mld e 28 milioni di posti di lavoro”
18:29 29 Set 2026

Real Madrid torna a far parte dell’Efc, è la fine del progetto Superlega
18:15 29 Set 2026

Famiglia nel bosco, Pillon: “Bambini tornati a casa per un’ora e mezza, un altro passo verso il rientro definitivo”
18:15 29 Set 2026

“Ci sentiamo tra 12 anni”, il monaco buddista va in isolamento fino al 2038
18:07 29 Set 2026

Ragazzo ucciso a Latina, minorenne accusato di omicidio pluriaggravato: “Delitto efferato”
17:55 29 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

3

← Acqua: Pastorello (Acea): "Nell'area euromediterranea gap da 1.200 mld e 28 milioni di posti di lavoro"

Usa e Cina corrono a debito. E l'Europa può smettere di essere sul menù →

Redazione

I nostri interlocutori sono i giovani, la nostra mission è valorizzarne la motivazione e la competenza per creare e dare vita ad un nuovo modo di "pensare" il giornalismo.

redazione@ilmonito.it

Potrebbe anche interessarti

Eni, Unicredit, Confindustria, Enel e altre lanciano Fondazione Systema per competitività
17:54 29 Set 2026

Vito Cozzoli eletto nuovo presidente della Lega Volley Femminile
17:47 29 Set 2026

Trasporti, Borchia (Lega): "Logistica sotto pressione, l'UE garantisca i fondi per il settore"
17:33 29 Set 2026

Giallo di Pietracatella, perquisito lo studio di Gianni di Vita
17:33 29 Set 2026

Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"
17:33 29 Set 2026

MAGAZINE

- casino online non AAMS
- siti di scommesse non AAMS

TributiAmo

casino non AAMS

MAGAZINE

Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti
20:33 28 Set 2026

TEATRO GOLDEN Enzo Casertano, Beatrice Fazi in "Chiamalo ancora amore"
20:32 28 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

Kiev in fiamme e Mosca scrive alla Nato: “Difenderemo Kaliningrad”

29 Settembre 2026

Grande Fratello Vip, stasera nuovo appuntamento: prima eliminazione, le anticipazioni
17:49 28 Set 2026

Elisa Toffoli, è finito il matrimonio con Andrea Rigonat dopo 18 anni insieme
17:44 28 Set 2026

Federica Pellegrini nella bufera, “arrogante e prepotente”: le critiche dopo ‘Physical’
16:44 28 Set 2026

STAPLICA

OSTEOPATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

ECONOMIA

ECONOMIA

Carburanti, da oggi in vigore il tetto Eni – Video

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Scatta oggi, lunedì 28 settembre, il tetto ai prezzi dei carburanti. Nuovo price cap da questa mattina sulla rete Enilive

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Stretta sul registro elettronico per i compiti a casa

29 Settembre 2026

Usa e Cina corrono a debito. E l'Europa può smettere di essere sul menù

29 Settembre 2026

Carburanti, caos su prezzi alla pompa: calo per benzina e diesel, sale il gasolio

28 Settembre 2026

Caro carburanti, anche IP mette un tetto ai prezzi dopo Eni: sconto per 8.500 distributori

27 Settembre 2026

Imu e Tari, cambiano regole e scadenze

27 Settembre 2026

MAGAZINE

MAGAZINE

Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Napoli, 4 ottobre 2026 ore 16:00, Palazzo Reale (Sala Sciurella) A pochissimi giorni dall'uscita in libreria, arriva la prima presentazione

TEATRO GOLDEN Enzo Casertano, Beatrice Fazi in "Chiamalo ancora amore"

28 Settembre 2026

Grande Fratello Vip, stasera nuovo appuntamento: prima eliminazione, le anticipazioni

28 Settembre 2026

Elisa Toffoli, è finito il matrimonio con Andrea Rigonat dopo 18 anni insieme

28 Settembre 2026

Federica Pellegrini nella bufera, "arrogante e prepotente": le critiche dopo 'Physical'

28 Settembre 2026

Ascolti record per il film su 'Carlo Acutis', Clerici elogia Canale 5: "I successi bisogna riconoscerli"

28 Settembre 2026

Eva Henger, la malattia della madre: "È stato difficile, una volta è sparita per tre giorni"

28 Settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

2026

MAGAZINE

MADE

Un sogno per due e il percorso europeo verso la maternità condivisa

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Il sogno di avere un figlio unisce i cuori a prescindere dai confini geografici e dagli ostacoli giuridici. Nelle coppie

Faccette dentali a Legnano: quanto durano davvero e come prendersene cura nel tempo

25 Settembre 2026

Odontoiatria estetica a Trezzano sul Naviglio: il ruolo delle tecnologie digitali per progettare un sorriso armonioso

25 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

Risparmio energetico, i 10 errori che (quasi) tutti fanno in casa senza saperlo

24 Settembre 2026

Impianto dentale a San Giovanni Lupatoto: quanto dura il dolore dopo l'intervento e cosa aspettarsi nel recupero

23 Settembre 2026

Profumeria di nicchia: la costruzione di un'identità olfattiva

23 Settembre 2026

Dentista a Torino Crocetta: esperienza, innovazione e attenzione alla persona

23 Settembre 2026

Orecchini e abito da sposa: acconciatura, scollatura e stile del matrimonio

22 Settembre 2026

Power Station Portatile per Casa: Quale Scegliere per Blackout ed Emergenze

22 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Impianto dentale a Carrù e Fossano: gli errori che possono ridurne la durata nel tempo

19 Settembre 2026

Utenti in linea

20 Online
13 Guests, 7 Bots

Tag

Arte e Spiritualità Attualità Cinema Città Metropolitana Napoli Comunicati Stampa Cronaca Diritto e societa' Economia Gossip Made Magazine Moda Musica News Regionali Nutriamoci insieme a cura di Rossella Sorbino Politica Politica Estera Politica Interna Salute Sport Staplica Teatro Territorio

Settembre 2026

L	M	M	G	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

« Ago

Lista migliori bonus scommesse

ILMONITO

Il Monito supplemento al Quotidiano telematico **Scisciano Notizie** registrato il 10 dicembre 2015 presso il Tribunale di Nola con autorizzazione numero 8/15 del registro stampa.
Direttore Responsabile: **Raffaele Ariola**
Edito Group MADEFARES
Director Manager: **Raffaele De Falco**

Contatti: redazione@ilmonito.it

casino non AAMS

Wild Tokyo casino

Editore

Group MA.DEF.AR.ES. Editore

I nostri interlocutori sono i giovani, la nostra mission è valorizzarne la motivazione e la competenza per creare e dare vita ad un nuovo modo di "pensare" il giornalismo.

redazione@ilmonito.it

ILMONITO

Chi siamo
Disclaimer
Privacy
Contatti
Ufficio Legale

ARCHIVIO ARTICOLI

Seleziona il mese

FatPirate

Copyright © 2026 ILMONITO. Tutti i diritti riservati.
Tema: ColorMag di ThemeGrill. Powered by WordPress.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ATTUALITÀ

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 Settembre 2026 Redazione ultimora 2 minuto di lettura

Condividi

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a

ULTIM'ORA

Foreign press review – September 28, 2026
15:02 29 Set 2026

The italian diplomatic activity from abroad – September 28, 2026
15:02 29 Set 2026

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai
15:02 29 Set 2026

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav
14:54 29 Set 2026

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027
14:54 29 Set 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
14:51 29 Set 2026

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
14:51 29 Set 2026

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"
14:50 29 Set 2026

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia
14:49 29 Set 2026

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale
14:49 29 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi,

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"
14:38 29 Set 2026

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"
14:36 29 Set 2026

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro
14:36 29 Set 2026

Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"
14:35 29 Set 2026

MAGAZINE

- casino online non AAMS
- siti di scommesse non AAMS

TributiAmo

casino non AAMS

MAGAZINE

Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti
20:33 28 Set 2026

TEATRO GOLDEN Enzo Casertano, Beatrice Fazi in "Chiamalo ancora amore"
20:32 28 Set 2026

Grande Fratello Vip, stasera nuovo appuntamento: prima eliminazione, le anticipazioni
17:49 28 Set 2026

Elisa Toffoli, è finito il matrimonio con Andrea Rigonat dopo 18 anni insieme
17:44 28 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

3

← Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante" →

Redazione

I nostri interlocutori sono i giovani, la nostra mission è valorizzarne la motivazione e la competenza per creare e dare vita ad un nuovo modo di "pensare" il giornalismo.
redazione@ilmonito.it

Potrebbe anche interessarti

Federica Pellegrini nella bufera, "arrogante e prepotente": le critiche dopo 'Physical'
16:44 28 Set 2026

STAPLICA

OSTEOPATA

ECONOMIA

ECONOMIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ATTUALITÀ

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026 Redazione ultimora 6 minuto di lettura

Condividi

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop

ULTIM’ORA

Imprese, Marseglia (UniEticPMI): “Le Pmi devono poter comprendere cosa ruota intorno all’Ai”
15:32 29 Set 2026

Imprese, Nardello (Comtel): “Ai incide sul nostro essere umani”
15:32 29 Set 2026

Cafà (Cifa Italia): “Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell’Ai”
15:32 29 Set 2026

Imprese, Tango (Anm): “Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata”
15:32 29 Set 2026

Imprese, Petroni (UniEticPMI): “L’intelligenza artificiale non regolamenti se stessa”
15:32 29 Set 2026

Murano (Unem): “Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo”
15:32 29 Set 2026

D’Alba (Avolta), ‘Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane’
15:32 29 Set 2026

Mammi (Regione Emilia-Romagna), ‘Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale’
15:32 29 Set 2026

Rosati (Fondazione Qualivita), ‘panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana’
15:32 29 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'
15:20 29 Set 2026

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini
15:18 29 Set 2026

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
15:08 29 Set 2026

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
15:02 29 Set 2026

Foreign press review – September 28, 2026
15:02 29 Set 2026

MAGAZINE

- casino online non AAMS
- siti di scommesse non AAMS

TributiAmo

casino non AAMS

MAGAZINE

Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti
20:33 28 Set 2026

TEATRO GOLDEN Enzo Casertano, Beatrice Fazi in "Chiamalo ancora amore"
20:32 28 Set 2026

Grande Fratello Vip, stasera nuovo appuntamento: prima eliminazione, le anticipazioni
17:49 28 Set 2026

Elisa Toffoli, è finito il matrimonio con Andrea Rigonat dopo 18 anni insieme
17:44 28 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone

Federica Pellegrini nella bufera, "arrogante e prepotente": le critiche dopo 'Physical'
16:44 28 Set 2026

STAPLICA

OSTEOPATA

ECONOMIA

ECONOMIA

Carburanti, da oggi in vigore il tetto Eni – Video

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Scatta oggi, lunedì 28 settembre, il tetto ai prezzi dei carburanti. Nuovo price cap da questa mattina sulla rete Enilive

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

1

← Foreign press review – September 28, 2026

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani" →

Redazione

I nostri interlocutori sono i giovani, la nostra mission è valorizzarne la motivazione e la competenza per creare e dare vita ad un nuovo modo di "pensare" il giornalismo.
redazione@ilmonito.it

Potrebbe anche interessarti

Carburanti, caos su prezzi alla pompa: calo per benzina e diesel, sale il gasolio
28 Settembre 2026

Caro carburanti, anche IP mette un tetto ai prezzi dopo Eni: sconto per 8.500 distributori
27 Settembre 2026

Imu e Tari, cambiano regole e scadenze
27 Settembre 2026

MAGAZINE

MAGAZINE
Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ATTUALITÀ

Rosati (Fondazione Qualivita), ‘panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana’

29 Settembre 2026 Redazione Video Adnkronos 0 minuto di lettura

Condividi

“Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra

ULTIM’ORA

Carburanti, il price cap non basta. Muraro (Unem): “Serve nuova strategia Ue”
17:02 29 Set 2026

Sport: Corazza (Parlamento Ue), “A Viterbo l’Europa che esce dai palazzi ed è vicina al territorio”
17:02 29 Set 2026

Obesità, Vettor (Humanitas): “Prevenzione danno d’organo è nuovo obiettivo’
16:52 29 Set 2026

Udinese, lesione al bicipite femorale per Zaniolo: ecco quando tornerà in campo
16:51 29 Set 2026

Achille Lauro show a San Siro, il concerto-evento va in onda stasera su Canale 5
16:45 29 Set 2026

Diabete, Buzzetti (Sid): “Buoni risultati da combinazione insulina e semaglutide”
16:42 29 Set 2026

Obesità, Linoci (Fiao): “Assistiamo a innovazione culturale in terapie”
16:42 29 Set 2026

Manovra, Testa (Borsa) ad AdnFinance: “Incentivi e premi alla trasparenza per portare più imprese sul listino”
16:42 29 Set 2026

Olesen (Novo): “Impegnati a portare innovazione per migliore qualità di vita”
16:40 29 Set 2026

Suppletive a Reggio Calabria, i sondaggisti: “Hanno vinto tutti, anche Vannacci”
16:40 29 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

17

← Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale' →

Redazione

I nostri interlocutori sono i giovani, la nostra mission è valorizzarne la motivazione e la competenza per creare e dare vita ad un nuovo modo di "pensare" il giornalismo.

redazione@ilmonito.it

Potrebbe anche interessarti

Olesen (Novo): "Nome, logo e slogan nuovi sintetizzano nostro sguardo al futuro"
16:40 29 Set 2026

Novo a congresso Easd: "Nuove prospettive di cura per diabete e obesità'"
16:39 29 Set 2026

Manovra, Testa (Borsa italiana): "Ecco cosa servirebbe per aumentare le quotazioni" – Video
16:32 29 Set 2026

Euronext-Deutsche Boerse, Testa spiega l'impatto di una possibile aggregazione per Piazza Affari
16:32 29 Set 2026

MAGAZINE

- casino online non AAMS
- siti di scommesse non AAMS

TributiAmo

casino non AAMS

MAGAZINE

Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti
20:33 28 Set 2026

TEATRO GOLDEN Enzo Casertano, Beatrice Fazi in "Chiamalo ancora amore"
20:32 28 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

Carburanti, il price cap non basta. Muraro (Unem): “Serve nuova strategia Ue”

29 Settembre 2026

Grande Fratello Vip, stasera nuovo appuntamento: prima eliminazione, le anticipazioni
17:49 28 Set 2026

Elisa Toffoli, è finito il matrimonio con Andrea Rigonat dopo 18 anni insieme
17:44 28 Set 2026

Federica Pellegrini nella bufera, “arrogante e prepotente”: le critiche dopo ‘Physical’
16:44 28 Set 2026

STAPLICA

OSTEOPATA

ECONOMIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

Sport: Corazza (Parlamento Ue), “A Viterbo l’Europa che esce dai palazzi ed è vicina al territorio”

29 Settembre 2026

ECONOMIA

Carburanti, da oggi in vigore il tetto Eni – Video

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Scatta oggi, lunedì 28 settembre, il tetto ai prezzi dei carburanti. Nuovo price cap da questa mattina sulla rete Enilive

Carburanti, caos su prezzi alla pompa: calo per benzina e diesel, sale il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Obesità, Vettor (Humanitas): “Prevenzione danno d’organo è nuovo obiettivo’

29 Settembre 2026

gasolio

28 Settembre 2026

Caro carburanti, anche IP mette un tetto ai prezzi dopo Eni: sconto per 8.500 distributori

27 Settembre 2026

Imu e Tari, cambiano regole e scadenze

27 Settembre 2026

MAGAZINE

MAGAZINE

Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Napoli, 4 ottobre 2026 ore 16:00, Palazzo Reale (Sala Sciurella) A pochissimi giorni dall’uscita in libreria, arriva la prima presentazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TEATRO GOLDEN Enzo Casertano, Beatrice Fazi in “Chiamalo ancora amore”

28 Settembre 2026

Grande Fratello Vip, stasera nuovo appuntamento: prima eliminazione, le anticipazioni

28 Settembre 2026

Elisa Toffoli, è finito il matrimonio con Andrea Rigonat dopo 18 anni insieme

28 Settembre 2026

Federica Pellegrini nella bufera, “arrogante e prepotente”: le critiche dopo ‘Physical’

28 Settembre 2026

Ascolti record per il film su ‘Carlo Acutis’, Clerici elogia Canale 5: “I successi bisogna riconoscerli”

28 Settembre 2026

Eva Henger, la malattia della madre: “È stato difficile, una volta è sparita per tre giorni”

28 Settembre 2026

MAGAZINE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

MADE

Un sogno per due e il percorso europeo verso la maternità condivisa

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Il sogno di avere un figlio unisce i cuori a prescindere dai confini geografici e dagli ostacoli giuridici. Nelle coppie

Faccette dentali a Legnano: quanto durano davvero e come prendersene cura nel tempo

25 Settembre 2026

Odontoiatria estetica a Trezzano sul Naviglio: il ruolo delle tecnologie digitali per progettare un sorriso armonioso

25 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

Risparmio energetico, i 10 errori che (quasi) tutti fanno in casa senza saperlo

24 Settembre 2026

Impianto dentale a San Giovanni Lupatoto: quanto dura il dolore dopo l'intervento e cosa aspettarsi nel recupero

23 Settembre 2026

Profumeria di nicchia: la costruzione di un'identità olfattiva

23 Settembre 2026

Dentista a Torino Crocetta: esperienza, innovazione e attenzione alla persona

23 Settembre 2026

Orecchini e abito da sposa: acconciatura, scollatura e stile del matrimonio

22 Settembre 2026

Power Station Portatile per Casa: Quale Scegliere per Blackout ed Emergenze

22 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Impianto dentale a Carrù e Fossano: gli errori che possono ridurne la durata nel tempo

19 Settembre 2026

Utenti in linea

20 Online
11 Guests, 9 Bots

Tag

Arte e Spiritualità Attualità Cinema Città Metropolitana Napoli Comunicati Stampa Cronaca Diritto e societa' Economia Gossip Made Magazine Moda Musica News Regionali Nutriamoci insieme a cura di Rossella Sorbino Politica Politica Estera Politica Interna Salute Sport Staplica Teatro Territorio

Settembre 2026

L	M	M	G	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

« Ago

Lista migliori bonus scommesse

ILMONITO

Il Monito supplemento al Quotidiano telematico **Scisciano Notizie** registrato il 10 dicembre 2015 presso il Tribunale di Nola con autorizzazione numero 8/15 del registro stampa.
Direttore Responsabile: **Raffaele Ariola**
Edito Group MADEFARES
Director Manager: **Raffaele De Falco**

Contatti: redazione@ilmonito.it

casino non AAMS

Wild Tokyo casino

Editore

Group MA.DEF.AR.ES. Editore

I nostri interlocutori sono i giovani, la nostra mission è valorizzarne la motivazione e la competenza per creare e dare vita ad un nuovo modo di "pensare" il giornalismo.

redazione@ilmonito.it

ILMONITO

Chi siamo
Disclaimer
Privacy
Contatti
Ufficio Legale

ARCHIVIO ARTICOLI

Seleziona il mese

FatPirate

Copyright © 2026 ILMONITO. Tutti i diritti riservati.
Tema: ColorMag di ThemeGrill. Powered by WordPress.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ATTUALITÀ

Rosati (Qualivita): “Piacenza 1714 progetto molto importante”

29 Settembre 2026 Redazione ultimora 0 minuto di lettura

Condividi

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop,

ULTIM’ORA

Carburanti, il price cap non basta. Muraro (Unem): “Serve nuova strategia Ue”
17:02 29 Set 2026

Sport: Corazza (Parlamento Ue), “A Viterbo l’Europa che esce dai palazzi ed è vicina al territorio”
17:02 29 Set 2026

Obesità, Vettor (Humanitas): “Prevenzione danno d’organo è nuovo obiettivo’
16:52 29 Set 2026

Udinese, lesione al bicipite femorale per Zaniolo: ecco quando tornerà in campo
16:51 29 Set 2026

Achille Lauro show a San Siro, il concerto-evento va in onda stasera su Canale 5
16:45 29 Set 2026

Diabete, Buzzetti (Sid): “Buoni risultati da combinazione insulina e semaglutide”
16:42 29 Set 2026

Obesità, Linoci (Fiao): “Assistiamo a innovazione culturale in terapie”
16:42 29 Set 2026

Manovra, Testa (Borsa) ad AdnFinance: “Incentivi e premi alla trasparenza per portare più imprese sul listino”
16:42 29 Set 2026

Olesen (Novo): “Impegnati a portare innovazione per migliore qualità di vita”
16:40 29 Set 2026

Suppletive a Reggio Calabria, i sondaggisti: “Hanno vinto tutti, anche Vannacci”
16:40 29 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

19

← D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714" →

Redazione

I nostri interlocutori sono i giovani, la nostra mission è valorizzarne la motivazione e la competenza per creare e dare vita ad un nuovo modo di "pensare" il giornalismo.

redazione@ilmonito.it

Potrebbe anche interessarti

Olesen (Novo): "Nome, logo e slogan nuovi sintetizzano nostro sguardo al futuro"
16:40 29 Set 2026

Novo a congresso Easd: "Nuove prospettive di cura per diabete e obesità'"
16:39 29 Set 2026

Manovra, Testa (Borsa italiana): "Ecco cosa servirebbe per aumentare le quotazioni" – Video
16:32 29 Set 2026

Euronext-Deutsche Boerse, Testa spiega l'impatto di una possibile aggregazione per Piazza Affari
16:32 29 Set 2026

MAGAZINE

- casino online non AAMS
- siti di scommesse non AAMS

TributiAmo

casino non AAMS

MAGAZINE

Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti
20:33 28 Set 2026

TEATRO GOLDEN Enzo Casertano, Beatrice Fazi in "Chiamalo ancora amore"
20:32 28 Set 2026

Grande Fratello Vip, stasera nuovo appuntamento: prima eliminazione, le anticipazioni
17:49 28 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

Carburanti, il price cap non basta. Muraro (Unem): “Serve nuova strategia Ue”

Elisa Toffoli, è finito il matrimonio con Andrea Rigonat dopo 18 anni insieme
17:44 28 Set 2026

Federica Pellegrini nella bufera, “arrogante e prepotente”: le critiche dopo ‘Physical’
16:44 28 Set 2026

STAPLICA

OSTEOPATA

ECONOMIA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

29 Settembre 2026

Sport: Corazza (Parlamento Ue), “A Viterbo l’Europa che esce dai palazzi ed è vicina al territorio”

29 Settembre 2026

ECONOMIA

Carburanti, da oggi in vigore il tetto Eni – Video

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Scatta oggi, lunedì 28 settembre, il tetto ai prezzi dei carburanti. Nuovo price cap da questa mattina sulla rete Enilive

Carburanti, caos su prezzi alla pompa: calo per benzina e diesel, sale il gasolio

28 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Caro carburanti, anche IP mette un tetto ai prezzi dopo Eni: sconto per 8.500 distributori

27 Settembre 2026

Imu e Tari, cambiano regole e scadenze

27 Settembre 2026

Obesità, Vettor (Humanitas): “Prevenzione danno d’organo è nuovo obiettivo’

29 Settembre 2026

MAGAZINE

MAGAZINE

Giulio Guarino presenta Storie Miaoledette al Campania Libri Festival, in dialogo con Simone Panetti

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Napoli, 4 ottobre 2026 ore 16:00, Palazzo Reale (Sala Sciurella) A pochissimi giorni dall’uscita in libreria, arriva la prima presentazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TEATRO GOLDEN Enzo Casertano, Beatrice Fazi in “Chiamalo ancora amore”

28 Settembre 2026

Grande Fratello Vip, stasera nuovo appuntamento: prima eliminazione, le anticipazioni

28 Settembre 2026

Elisa Toffoli, è finito il matrimonio con Andrea Rigonat dopo 18 anni insieme

28 Settembre 2026

Federica Pellegrini nella bufera, “arrogante e prepotente”: le critiche dopo ‘Physical’

28 Settembre 2026

Ascolti record per il film su ‘Carlo Acutis’, Clerici elogia Canale 5: “I successi bisogna riconoscerli”

28 Settembre 2026

Eva Henger, la malattia della madre: “È stato difficile, una volta è sparita per tre giorni”

28 Settembre 2026

MAGAZINE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

MADE

Un sogno per due e il percorso europeo verso la maternità condivisa

28 Settembre 2026 Redazione

Condividi

Il sogno di avere un figlio unisce i cuori a prescindere dai confini geografici e dagli ostacoli giuridici. Nelle coppie

Faccette dentali a Legnano: quanto durano davvero e come prendersene cura nel tempo

25 Settembre 2026

Odontoiatria estetica a Trezzano sul Naviglio: il ruolo delle tecnologie digitali per progettare un sorriso armonioso

25 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILMONITO.IT

www.ecostampa.it

Risparmio energetico, i 10 errori che (quasi) tutti fanno in casa senza saperlo

24 Settembre 2026

Impianto dentale a San Giovanni Lupatoto: quanto dura il dolore dopo l'intervento e cosa aspettarsi nel recupero

23 Settembre 2026

Profumeria di nicchia: la costruzione di un'identità olfattiva

23 Settembre 2026

Dentista a Torino Crocetta: esperienza, innovazione e attenzione alla persona

23 Settembre 2026

Orecchini e abito da sposa: acconciatura, scollatura e stile del matrimonio

22 Settembre 2026

Power Station Portatile per Casa: Quale Scegliere per Blackout ed Emergenze

22 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Impianto dentale a Carrù e Fossano: gli errori che possono ridurne la durata nel tempo

19 Settembre 2026

Utenti in linea

20 Online
11 Guests, 9 Bots

Tag

Arte e Spiritualità Attualità Cinema Città Metropolitana Napoli Comunicati Stampa Cronaca Diritto e societa' Economia Gossip Made Magazine Moda Musica News Regionali Nutriamoci insieme a cura di Rossella Sorbino Politica Politica Estera Politica Interna Salute Sport Staplica Teatro Territorio

Settembre 2026

L	M	M	G	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

« Ago

Lista migliori bonus scommesse

ILMONITO

Il Monito supplemento al Quotidiano telematico **Scisciano Notizie** registrato il 10 dicembre 2015 presso il Tribunale di Nola con autorizzazione numero 8/15 del registro stampa.
Direttore Responsabile: **Raffaele Ariola**
Edito Group MADEFARES
Director Manager: **Raffaele De Falco**

Contatti: redazione@ilmonito.it

casino non AAMS

Wild Tokyo casino

Editore

Group MA.DEF.AR.ES. Editore

I nostri interlocutori sono i giovani, la nostra mission è valorizzarne la motivazione e la competenza per creare e dare vita ad un nuovo modo di "pensare" il giornalismo.

redazione@ilmonito.it

ILMONITO

Chi siamo
Disclaimer
Privacy
Contatti
Ufficio Legale

ARCHIVIO ARTICOLI

Seleziona il mese

FatPirate

Copyright © 2026 ILMONITO. Tutti i diritti riservati.
Tema: ColorMag di ThemeGrill. Powered by WordPress.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilPIACENZA.IT

www.ecostampa.it

ECCELLENZE ENOGASTRONOMICHE

Panino "Piacenza 1714", un concentrato di storia del gusto in Autogrill

Il delizioso panino con coppa piacentina Dop, Asiago Dop Fresco e Aceto di Modena Igp è stato presentato al Farnese. Già Alberoni usava la "bondiola" come dono diplomatico

Giuseppe Romagnoli
29 settembre 2026 17:28

Il panino

Il panino "Piacenza 1714" preparato con Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop Fresco e Aceto Balsamico di Modena Igp, impreziosito con crema di carciofi e songino, presente da pochi giorni nell'offerta degli Autogrill di tutta Italia, è stato presentato a Palazzo Farnese.

Il "Piacenza 1714" rientra nella selezione Origini Edition, iniziativa sviluppata in collaborazione con Fondazione Qualivita volta a promuovere i prodotti Dop e Igp in tutta la rete Autogrill con ricette sviluppate in collaborazione con la Fondazione e i Consorzi aderenti che fa parte di un percorso a lungo termine con cui Autogrill, parte di Avolta, avvicina le produzioni italiane certificate e i Consorzi ai viaggiatori sulle principali tratte stradali ma anche negli aeroporti.

La denominazione "1714" nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine; proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale; Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare la Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come "bondiola" - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilPIACENZA.IT

www.ecostampa.it

La foto di gruppo

«I prodotti del territorio - ha detto il sindaco Katia Tarasconi nel suo saluto - sono espressione delle nostre origini che comunicano ciò che siamo stati ma indicano anche la strada verso cui indirizzarci per valorizzare le nostre eccellenze».

«Una collaborazione - ha chiarito Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita - che esprime profondità culturale e valoriale, ma anche uno stimolo di miglioramento per le imprese coinvolte. Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori come attesta anche un libro "Viaggiare il gusto nel 1548", citato anche dallo storico (e nostro collaboratore) Massimo Montanari, scritto dal letterato milanese Ortensio Lando, considerato una delle prime guide di viaggio a valorizzare l'identità culturale ed enogastronomica della penisola dove si cita "Piacenza degna d'esser bramata" ed ancora "felice te se giungi a quel cacio piacentino". Il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina Dop prodotti d'eccellenza come l'Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, amplia - ha sostenuto - ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale».

Per Cesare Baldrighi Dop ed Igp sono «espressione della qualità e valore delal produzione, con i Consorzi che sono la vetrina di una realtà costituita da tante aziende con possibilità di sviluppo economico e sociale». Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta ha ribadito che «Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, raccontando il valore della Cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate».

Per Roberto Belli, Direttore del Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini «è certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini constatare che un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati entra a far

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilPIACENZA.IT

www.ecostampa.it

parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita ed anche la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714».

Cesare Mazzetti, Presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena ha aggiunto: «Siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano».

Fiorenzo Rigoni, Presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago ha ribadito che «questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago Dop, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri produttori ed il loro magnifico ed incontaminato territorio, l'Altopiano di Asiago e le sue malghe».

Infine Alessio Mammi, assessore all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna ha ricordato che «le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di Modena sono due espressioni importanti di questo sistema, che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni».

Scegli IlPiacenza come fonte preferita su Google News

Leggi tutte le inchieste e gli approfondimenti

Vuoi navigare senza pubblicità ? Scopri come fare

© Riproduzione riservata

Si parla di **consorzio tutela salumi dop piacentini**, **salumi piacentini dop**

I più letti

1. LUTTO
Addio a Giuseppe Nenna, presidente della Banca di Piacenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

La Redazione | Accadde Oggi | Home&Arredamenti | Cucina / Ricette | Edilizia & Legalità | Gossip | Luxury | Auto / Motori | Fiere | Le Interviste

LIBRI

Il POPOLANO
Direttore: Ugo Vandelli

23.9 C Cesena

HOME ESTERI ITALIA OGGI ECONOMIA SPORT SPETTACOLO FORZA CESENA EDICOLA SPORTIVA MAGAZINE ULTIMA ORA TELEVIDEO

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Di - 29 Settembre 2026 0

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILPOPOLANO.COM

www.ecostampa.it

questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

adnkronos ultimora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Di - 29 Settembre 2026 0

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILPOPOLANO.COM

www.ecostampa.it

Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ILPOPOLANO.COM

www.ecostampa.it

intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Di - 29 Settembre 2026 0

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude. —economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

adnkronos ultimora

Articolo precedente
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Articolo successivo
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ALTRO DALL'AUTORE

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

ilQuaderno.it
L'informazione glocal sempre con te

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ENHANCED BY Google

29/09/2026 12:50:45 Scegli ilQuaderno.it come fonte preferita

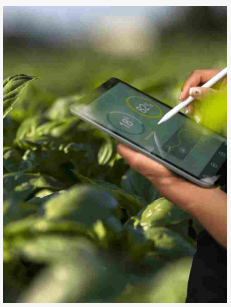
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante,

Notizie correlate

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"


Barilla, 4.000 tonnellate di cibo donate e 2 milioni di euro per cause sociali

Marzabotto, Mattarella "La memoria resta monito e richiama alla responsabilità"

Carburanti, Q8 Italia fissa un tetto massimo ai prezzi per un mese da ottobre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia

Gruppo Davines, presentato il Rapporto di Sostenibilità 2025

Nardello (Comtel): "Ogni nuova tecnologia può essere rischio o opportunità"

Morto il fotografo Umberto Pizzi: ha immortalato per decenni i vizi mondani della politica

Cgil, celebrazioni per i 120 anni a Milano: due giorni per guardare al futuro del lavoro

L'IA entra nelle PMI, nasce l'Osservatorio per governare il cambiamento

Cina: la Gen Z interroga Confucio su IA, governance globale e non solo

Innovazione, all'Ai Festival 2027 confronto sulle 'intelligenze da orchestrare'

Scuola, PlanEat: "'Porzione assaggio' in mense aiuta a ridurre sprechi e avvicinare bambini a cibi meno graditi"

Società italiana di neurochirurgia, Giuseppe Catapano eletto presidente

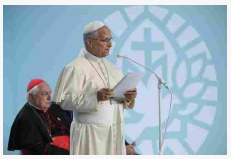
Sicilia, Albano "Avviso da 5 milioni per riqualificazione dei beni confiscati"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.



Papa "No all'illusione del riarmo, servono sforzi creativi per la pace"

Le notizie che contano nella tua email

Ricevi una selezione dei nostri migliori articoli direttamente nella tua casella di posta

Inserisci il tuo indirizzo email per iscriverti*

EMAIL

Indica il tuo indirizzo email per iscriverti. Es. abc@xyz.com

Accetto le condizioni generali e di ricevere le newsletter

Puoi annullare l'iscrizione in qualsiasi momento utilizzando il link incluso nella nostra newsletter.

ISCRIVITI GRATIS

Redazione

Articolo di Attualità / Commenti

Redazione: redazione@ilquaderno.it - Amministrazione: amministrazione@ilquaderno.it - Marketing: marketing@ilquaderno.it

WebDesign & CMS © Gutenberg MMII - MMXXVI Seneca dot com - All rights reserved

Per la tua pubblicità su questo sito

eADV

EADV s.r.l.
Via Luigi Capuana, 11
95030 Tremestieri Etneo (CT) - Italy

www.eadv.it • info@eadv.it
Tel: +39 0645920501

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

ilQuaderno.it
L'informazione glocal sempre con te

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ENHANCED BY Google

29/09/2026 13:2:17 Scegli ilQuaderno.it come fonte preferita

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

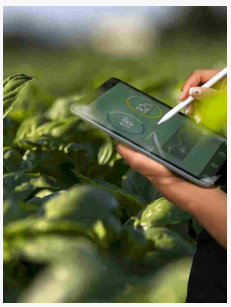
(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione

Notizie correlate

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"


Barilla, 4.000 tonnellate di cibo donate e 2 milioni di euro per cause sociali

Marzabotto, Mattarella "La memoria resta monito e richiama alla responsabilità"

Carburanti, Q8 Italia fissa un tetto massimo ai prezzi per un mese da ottobre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

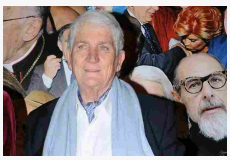
Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e

Gruppo Davines, presentato il Rapporto di Sostenibilità 2025

Nardello (Comtel): "Ogni nuova tecnologia può essere rischio o opportunità"



Morto il fotografo Umberto Pizzi: ha immortalato per decenni i vizi mondani della politica

Cgil, celebrazioni per i 120 anni a Milano: due giorni per guardare al futuro del lavoro

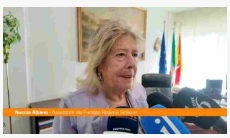
L'IA entra nelle PMI, nasce l'Osservatorio per governare il cambiamento

Cina: la Gen Z interroga Confucio su IA, governance globale e non solo

Innovazione, all'Ai Festival 2027 confronto sulle 'intelligenze da orchestrare'

Scuola, PlanEat: "'Porzione assaggio' in mense aiuta a ridurre sprechi e avvicinare bambini a cibi meno graditi"

Società italiana di neurochirurgia, Giuseppe Catapano eletto presidente



Sicilia, Albano "Avviso da 5 milioni per riqualificazione dei beni confiscati"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop,

Papa "No all'illusione del riarmo, servono sforzi creativi per la pace"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Le notizie che contano nella tua email

Ricevi una selezione dei nostri migliori articoli direttamente nella tua casella di posta

Inserisci il tuo indirizzo email per iscriverti*

EMAIL

Indica il tuo indirizzo email per iscriverti. Es. abc@xyz.com

☐ Accetto le condizioni generali e di ricevere le newsletter

Puoi annullare l'iscrizione in qualsiasi momento utilizzando il link incluso nella nostra newsletter.

ISCRIVITI GRATIS

Redazione

Articolo di Attualità / Commenti

Redazione: redazione@ilquaderno.it - Amministrazione: amministrazione@ilquaderno.it - Marketing: marketing@ilquaderno.it

WebDesign & CMS © Gutenberg MMII - MMXXVI Seneca dot com - All rights reserved

Per la tua pubblicità su questo sito

eADV

EADV s.r.l.
Via Luigi Capuana, 11
95030 Tremestieri Etneo (CT) - Italy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

ilQuaderno.it
L'informazione glocal sempre con te

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ENHANCED BY Google

29/09/2026 12:51:9 Scegli ilQuaderno.it come fonte preferita

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver

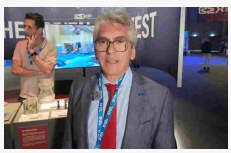
Notizie correlate

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

L'IA entra nelle PMI, nasce l'Osservatorio per governare il cambiamento

Intelligenza artificiale, fondatore di Wikipedia: "Non è affidabile per scrivere articoli"

Nuovo Sport Illumina di Casoria, Abodi: "Oggi città si colora e diventa luogo di socialità"


Ricerca, Barbieri (Enea): "Con la stampa 3D componenti spaziali più leggeri"

In Puglia il digitale cresce più del Pil, la sfida ora è far correre le competenze

Carburanti, (lievissimo) calo dei prezzi per benzina e diesel

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

il Quaderno.it

www.ecostampa.it

creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Le notizie che contano nella tua email

Ricevi una selezione dei nostri migliori articoli direttamente nella tua casella di posta

Inserisci il tuo indirizzo email per iscriverti*

EMAIL

Indica il tuo indirizzo email per iscriverti. Es. abc@xyz.com

Accetto le condizioni generali e di ricevere le newsletter

Puoi annullare l'iscrizione in qualsiasi momento utilizzando il link incluso nella nostra newsletter.

ISCRIVITI GRATIS

Villadei, "Made in Italy può portare bellezza, funzionalità e cultura'

STEP FuturAbility District, a Milano nuova vita per l'installazione Future Trends

Carburanti, i prezzi volano: serie di record per il gasolio, su anche la benzina

Ia, Panetta "Stati Uniti più avanti dell'Europa, competitività a rischio"

'Me Contro Te', associazione avvia ricorso in Tribunale: "Spingono bimbi ad acquisti"

Redazione

Articolo di Tecnologia & Internet / Commenti

Redazione: redazione@ilquaderno.it - Amministrazione: amministrazione@ilquaderno.it - Marketing: marketing@ilquaderno.it

WebDesign & CMS © Gutenberg MMII - MMXXVI Seneca dot com - All rights reserved

Per la tua pubblicità su questo sito

EADV

EADV s.r.l.
Via Luigi Capuana, 11
95030 Tremestieri Etneo (CT) - Italy

www.eadv.it • info@eadv.it
Tel: +39 0645920501

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilsannioquotidiano.it
IL SANNIO QUOTIDIANO
IL PRIMO QUOTIDIANO DI BENEVENTO

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali, evidenzia D´Alba. Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilsannioquotidiano.it
IL SANNIO QUOTIDIANO
IL PRIMO QUOTIDIANO DI BENEVENTO

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Piacenza, 29 set. (Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilsannioquotidiano.it
IL SANNIO QUOTIDIANO
IL PRIMO QUOTIDIANO DI BENEVENTO
www.ecostampa.it

ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714 ´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

IL SANNIO QUOTIDIANO
www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

[Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

IL TIRRENO.it

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 settembre 2026 14:56

3 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in

Primo piano

La ricostruzione
Incinta, massacrata di botte e minacciata di morte per mesi, si mette a piangere in strada a Pisa e riesce a salvarsi dal marito – Arrestato un 37enne
di Redazione web

Il dramma
Massa, invia un messaggio alla figlia: «Mi uccido» – Il racconto choc del salvataggio
di Redazione Massa

La tragedia
Pisa, trovato morto a 45 anni in bagno prima del colloquio di lavoro

Il racconto
Benzina e diesel, dove costano meno oggi in Toscana? La mappa coi prezzi aggiornati in tempo reale
di Claudia Guarino

Sviluppi
Livorno, Orti Urbani in via Goito: Frangerini apre alla trattativa – Come può cambiare il progetto
di Flavio Lombardi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL TIRRENO.it

www.ecostampa.it

Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **Il Tirreno** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL TIRRENO.it

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 settembre 2026 15:06

6 MINUTI DI LETTURA

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e

Primo piano

La ricostruzione
Incinta, massacrata di botte e minacciata di morte per mesi, si mette a piangere in strada a Pisa e riesce a salvarsi dal marito – Arrestato un 37enne
di Redazione web

Il dramma
Massa, invia un messaggio alla figlia: «Mi uccido» – Il racconto choc del salvataggio
di Redazione Massa

La tragedia
Pisa, trovato morto a 45 anni in bagno prima del colloquio di lavoro

Il racconto
Benzina e diesel, dove costano meno oggi in Toscana? La mappa coi prezzi aggiornati in tempo reale
di Claudia Guarino

Sviluppi
Livorno, Orti Urbani in via Goito: Frangerini apre alla trattativa – Come può cambiare il progetto
di Flavio Lombardi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL TIRRENO.it
www.ecostampa.it

tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

IL TIRRENO.it

www.ecostampa.it

promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **Il Tirreno** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL TIRRENO.it

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 settembre 2026 14:57

1 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli Il Tirreno per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Primo piano

La ricostruzione
Incinta, massacrata di botte e minacciata di morte per mesi, si mette a piangere in strada a Pisa e riesce a salvarsi dal marito – Arrestato un 37enne
di Redazione web

Il dramma
Massa, invia un messaggio alla figlia: «Mi uccido» – Il racconto choc del salvataggio
di Redazione Massa

La tragedia
Pisa, trovato morto a 45 anni in bagno prima del colloquio di lavoro

Il racconto
Benzina e diesel, dove costano meno oggi in Toscana? La mappa coi prezzi aggiornati in tempo reale
di Claudia Guarino

Sviluppi
Livorno, Orti Urbani in via Goito: Frangerini apre alla trattativa – Come può cambiare il progetto
di Flavio Lombardi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Mar. Set 29th, 2026

Attualità

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): “Bene panino Piacenza 1714”

di Redazione Set 29, 2026 #adnkronos #ultimora

(Adnkronos) – “Piacenza è l'unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l'Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c'è un grande patrimonio

Cerca Cerca

Categorie
Seleziona Categoria

dall'Umbria

Oltre 600mila euro ad Acquasparta all'Area Interna Media Valle del Tevere

Raddoppio sulla Ss318, chiusura notturna tra Valfabbrica e Casacastalda

Pace, assunzioni in sanità al 50% rispetto ai target programmati

Chirurgia vascolare, intervento di eccellenza all'ospedale di Terni

Accordo Odg-Confindustria Umbria per una migliore comunicazione

Ancora code ai distributori dell'Umbria, gestori lanciano allarme

Palazzo Donini si illumina di rosso

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto". Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all'incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l'ultimo panino della selezione 'Origini Edition'. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana. Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione "un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale", conclude l'assessore.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

«
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav
»

di **Redazione**

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

per la Giornata mondiale per il cuore

Al via il 5 ottobre la nuova campagna di vaccinazione della Regione Umbria

Ad Assisi un'infiorata dedicata a San Francesco

Dal 2 al 4 ottobre la prima edizione del 'Giove Short Film Festival'

Bernardini (Pd), 'serve impegno del Governo nazionale sul costo dell'energia'

Anas, manutenzione presidi antincendio in galleria

FdI Umbria, bene avvio monitoraggio sull'Accordo di programma Ast

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Testata giornalistica registrata presso Trib. di Terni **il 31/07/2013 al n° 08/2013 Reg Periodici**.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Mar. Set 29th, 2026

Attualità

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

di Redazione Set 29, 2026 #adnkronos #ultimora

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta,

Cerca Cerca

Categorie
Seleziona Categoria

dall'Umbria

Oltre 600mila euro ad Acquasparta all'Area Interna Media Valle del Tevere

Raddoppio sulla Ss318, chiusura notturna tra Valfabbrica e Casacastalda

Pace, assunzioni in sanità al 50% rispetto ai target programmati

Chirurgia vascolare, intervento di eccellenza all'ospedale di Terni

Accordo Odg-Confindustria Umbria per una migliore comunicazione

Ancora code ai distributori dell'Umbria, gestori lanciano allarme

Palazzo Donini si illumina di rosso per la Giornata mondiale per il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

« Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante" »

cuore

Al via il 5 ottobre la nuova campagna di vaccinazione della Regione Umbria

Ad Assisi un'infiorata dedicata a San Francesco

Dal 2 al 4 ottobre la prima edizione del 'Giove Short Film Festival'

Bernardini (Pd), 'serve impegno del Governo nazionale sul costo dell'energia'

Anas, manutenzione presidi antincendio in galleria

FdI Umbria, bene avvio monitoraggio sull'Accordo di programma Ast

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Testata giornalistica registrata presso Trib. di Terni **il 31/07/2013 al n° 08/2013 Reg Periodici**.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Mar. Set 29th, 2026

Attualità

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

di Redazione Set 29, 2026 #adnkronos #ultimora

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell’anno, il cardinale

Cerca Cerca

Categorie
Seleziona Categoria

dall'Umbria

Oltre 600mila euro ad Acquasparta all'Area Interna Media Valle del Tevere

Raddoppio sulla Ss318, chiusura notturna tra Valfabbrica e Casacastalda

Pace, assunzioni in sanità al 50% rispetto ai target programmati

Chirurgia vascolare, intervento di eccellenza all'ospedale di Terni

Accordo Odg-Confindustria Umbria per una migliore comunicazione

Ancora code ai distributori dell'Umbria, gestori lanciano allarme

Palazzo Donini si illumina di rosso per la Giornata mondiale per il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di

cuore

Al via il 5 ottobre la nuova campagna di vaccinazione della Regione Umbria

Ad Assisi un'infiorata dedicata a San Francesco

Dal 2 al 4 ottobre la prima edizione del 'Giove Short Film Festival'

Bernardini (Pd), 'serve impegno del Governo nazionale sul costo dell'energia'

Anas, manutenzione presidi antincendio in galleria

FdI Umbria, bene avvio monitoraggio sull'Accordo di programma Ast

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Testata giornalistica registrata presso Trib. di Terni **il 31/07/2013 al n° 08/2013 Reg Periodici**.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

«
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
»

Settembre 2026
Agosto 2026
Luglio 2026
Giugno 2026
Maggio 2026
Aprile 2026
Marzo 2026
Febbraio 2026
Gennaio 2026
Dicembre 2025
Novembre 2025
Ottobre 2025
Settembre 2025
Agosto 2025
Luglio 2025
Giugno 2025
Maggio 2025
Aprile 2025
Marzo 2025
Febbraio 2025
Gennaio 2025
Dicembre 2024
Novembre 2024
Ottobre 2024
Settembre 2024

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Mar. Set 29th, 2026

Attualità

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

di Redazione Set 29, 2026 #adnkronos #ultimora

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition'

Cerca Cerca

Categorie
Seleziona Categoria

dall'Umbria

Oltre 600mila euro ad Acquasparta all'Area Interna Media Valle del Tevere

Raddoppio sulla Ss318, chiusura notturna tra Valfabbrica e Casacastalda

Pace, assunzioni in sanità al 50% rispetto ai target programmati

Chirurgia vascolare, intervento di eccellenza all'ospedale di Terni

Accordo Odg-Confindustria Umbria per una migliore comunicazione

Ancora code ai distributori dell'Umbria, gestori lanciano allarme

Palazzo Donini si illumina di rosso

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude. —economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

« D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714" »

di **Redazione**

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

per la Giornata mondiale per il cuore

Al via il 5 ottobre la nuova campagna di vaccinazione della Regione Umbria

Ad Assisi un'infiorata dedicata a San Francesco

Dal 2 al 4 ottobre la prima edizione del 'Giove Short Film Festival'

Bernardini (Pd), 'serve impegno del Governo nazionale sul costo dell'energia'

Anas, manutenzione presidi antincendio in galleria

FdI Umbria, bene avvio monitoraggio sull'Accordo di programma Ast

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Testata giornalistica registrata presso Trib. di Terni **il 31/07/2013 al n° 08/2013 Reg Periodici**.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Imperia.it
Edizione locale IlNazionale.it

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Estate positiva per i gestori dei bagni, ma pesa l'ordinanza antibalneazione di agosto a Diano Marina

Cinema
CINEMA: orari, trame e stellette dei film in programmazione oggi, lunedì 29 settembre 2025

Attualità
Quanti sbadati a Diano Marina, ritrovato anche un Rolex Daytona tra i 93 oggetti smarriti

Leggi tutte le notizie

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

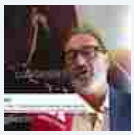
webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Imperia.it
Edizione locale IlNazionale.it

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo

IN BREVE

martedì 29 settembre

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IMPERIANEWS.IT

www.ecostampa.it

Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Calcio
Calcio, Prima categoria. Oneglia sconfitta all'esordio, ma la prestazione convince

Tennis
Tennis, il Ct Imperia femminile promosso in Serie D

Cinema
CINEMA: orari, trame e stellette dei film in programmazione oggi, lunedì 29 settembre 2025

Leggi tutte le notizie

della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

la voce di Imperia.it
Edizione locale IlNazionale.it

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale

IN BREVE

martedì 29 settembre

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IMPERIANEWS.IT

www.ecostampa.it

ACCADEVA UN ANNO FA

Accadde Oggi
ACCADDE OGGI. 29 SETTEMBRE 1987. Agnesi a gonfie vele: fatturato verso quota 100 miliardi di lire

Attualità
Estate positiva per i gestori dei bagni, ma pesa l'ordinanza antibalneazione di agosto a Diano Marina

A voce aperta
A VOCE APERTA. Antonello Ranise, primario dell'Ospedale di Imperia sulla salute cardiaca nel Ponente ligure (video)

Leggi tutte le notizie

dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IMPERIANEWS.IT

www.ecostampa.it

affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la voce di Imperia.it
Edizione locale IlNazionale.it

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

IN BREVE

martedì 29 settembre

'Euconomia', Festival nazionale dell'economia civile riparte da Firenze

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
Chiusavecchia, la 'Lecca d'argento' premia Margherita Davico

Attualità
Economia in provincia di Imperia tra sfide demografiche e segnali di ripresa economica

Cinema
CINEMA: orari, trame e stellette dei film in programmazione oggi, lunedì 29 settembre 2025

Leggi tutte le notizie

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Leggi le ultime di: Video

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Imperia.it
Edizione locale IlNazionale.it

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L’ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

ACCADEVA UN ANNO FA

Meteo
UN OCCHIO AL CIELO. Le previsioni meteo della settimana a cura di Stefano Sciandra

Politica
Berrino sul ritorno di Scajola in Forza Italia: “Centrodestra rafforzato in vista delle provinciali”

Attualità
Aperte le iscrizioni al corso per nuovi volontari della Croce Bianca di Imperia

Leggi tutte le notizie

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D’Alba (Avolta): "Lancio ‘Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

INFOIMPRESA.INFO

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Agenzia Adnkronos
29/09/2026
Tempo di lettura: 3 minuti

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Agenzia Adnkronos

Energia, la Ue avverte: "Inverno sarà complicato, prezzi saranno molto alti"

Agenzia Adnkronos | 29/09/2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

INFOIMPRESA.INFO

www.ecostampa.it

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Agenzia Adnkronos
29/09/2026
Tempo di lettura: 7 minuti

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

INFOIMPRESA.INFO
www.ecostampa.it

nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Agenzia Adnkronos

Energia, la Ue avverte: “Inverno sarà complicato, prezzi saranno molto alti”

Agenzia Adnkronos | 29/09/2026

ADNKRONOS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

INFOIMPRESA.INFO

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Agenzia Adnkronos
29/09/2026
Tempo di lettura: 1 minuto

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

INFOIMPRESA.INFO

www.ecostampa.it

del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Agenzia Adnkronos

ADNKRONOS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHE TEMPO FA

ADESSO 20.5°C

MER 30 16.2°C 24.8°C

GIO 1 17.3°C 23.9°C

@Datameteo.com

OGGI CINEMA

RUBRICHE

- Fiera in Campo
- Libri
- Il block notes del disinfestatore

ACCADEVA UN ANNO FA

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Cronaca
Incidente tra auto e trattore: morto un 45 enne

Pro Vercelli
Vince 2 a 0 la capolista Vicenza, ma è una buona Pro Vercelli

Pro Vercelli
Pagelle della Pro Vercelli sconfitta a Vicenza

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

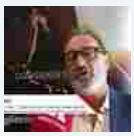
Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

'Euconomia', Festival nazionale dell'economia civile riparte da Firenze

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

info vercelli24
il blog giornale del vercellese

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.4°C

MER 30 16.1°C 25.5°C

GIO 1 16.6°C 25.4°C

@Datameteo.com

OGGI CINEMA

RUBRICHE

- Fiera in Campo
- Libri
- Il block notes del disinfestatore

ACCADEVA UN ANNO FA

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Attualità
Francesco Radaelli nuovo presidente dell' Associazione Ex Ciudin di Vercelli

Pro Vercelli
Vince 2 a 0 la capolista Vicenza, ma è una buona Pro Vercelli

Pro Vercelli
Pagelle della Pro Vercelli sconfitta a Vicenza

Leggi tutte le notizie

e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Copyright © 2015 - 2026 12Novembre di Rivano Maria Francesca & C. s.n.c. - Partita Iva: IT 02579320025 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

info vercelli24
il blog giornale del vercellese

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.4°C

MER 30 16.1°C 25.5°C

GIO 1 16.6°C 25.4°C

@Datameteo.com

OGGI CINEMA

RUBRICHE

- Fiera in Campo
- Libri
- Il block notes del disinfestatore

ACCADEVA UN ANNO FA

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Pro Vercelli
Vince 2 a 0 la capolista Vicenza, ma è una buona Pro Vercelli

Attualità
Centro di Salute Mentale, da ottobre accesso diretto per le visite urgenti o a breve termine

Cronaca
Incidente tra auto e trattore: morto un 45 enne

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Roma invasa dalle golf car, valanga di multe e patenti ritirate dopo i blitz dei carabinieri

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

29 Settembre 2026, 15:23 Ultime:

ISOLA ONLINE 24

NOTIZIE POLITICA CULTURA EVENTI SPORT SPETTACOLI TEMI SPECIALI

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 Settembre 2026, 14:50 AdnKronos

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

SPECIALE SANTA GRECA

Il DCM Music Festival cala il tris: dopo Iva Zanicchi arrivano Serena Brancale e Francesca Michielin
28 Settembre 2026, 17:47

L'Arena Santa Greca si accende: quattro serate con il DCM Music Festival
26 Settembre 2026, 18:51

Decimomannu, al via la Festa di Santa Greca: regole, viabilità e trasporto pubblico
25 Settembre 2026, 19:32

Santa Greca 2026, gli appuntamenti della grande festa di Decimomannu
24 Settembre 2026, 20:57

PRIMO PIANO

San Gavino, successo di pubblico per il Festival letterario
28 Settembre 2026,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ISOLAONLINE24.IT

www.ecostampa.it

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

16:31

Violenza domestica e di genere, due arresti tra Cagliari e hinterland

28 Settembre 2026, 15:15

America's Cup, Luna Rossa concede il bis: dopo Cagliari trionfa anche a Napoli

28 Settembre 2026, 12:11

Sardegna Volleyball Challenge, trionfa il Korabelka San Pietroburgo

27 Settembre 2026, 16:50

SPORT

America's Cup, Napoli dopo Cagliari. Sardegna guarda al futuro

22 Settembre 2026, 22:45

Daniel Maldini negativo a sostanze stupefacenti, l'esito dopo l'incidente a Milano

21 Settembre 2026, 11:13

Il Cagliari non si ferma più: soffre, vince, sorprende

21 Settembre 2026, 09:14

Udinese-Cagliari 0-1, Maldini lancia i sardi in testa alla classifica. Bologna-Torino 1-1

19 Settembre 2026, 17:17

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026, 15:02 AdnKronos

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell’Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ‘1714’ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell’anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l’immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all’epoca conosciuta come ‘bondiola’ – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L’impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell’expertise regionale di un Paese come l’Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell’approvvigionamento dell’azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l’italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l’azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade,

SPECIALE SANTA GRECA

Il DCM Music Festival cala il tris: dopo Iva Zanicchi arrivano Serena Brancale e Francesca Michielin

28 Settembre 2026, 17:47

L’Arena Santa Greca si accende: quattro serate con il DCM Music Festival

26 Settembre 2026, 18:51

Decimomannu, al via la Festa di Santa Greca: regole, viabilità e trasporto pubblico

25 Settembre 2026, 19:32

Santa Greca 2026, gli appuntamenti della grande festa di Decimomannu

24 Settembre 2026, 20:57

PRIMO PIANO

San Gavino, successo di pubblico per il Festival letterario

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ISOLAONLINE24.IT

www.ecostampa.it

stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

28 Settembre 2026, 16:31

Violenza domestica e di genere, due arresti tra Cagliari e hinterland

28 Settembre 2026, 15:15

America's Cup, Luna Rossa concede il bis: dopo Cagliari trionfa anche a Napoli

28 Settembre 2026, 12:11

Sardegna Volleyball Challenge, trionfa il Korabelka San Pietroburgo

27 Settembre 2026, 16:50

SPORT

America's Cup, Napoli dopo Cagliari. Sardegna guarda al futuro

22 Settembre 2026, 22:45

Daniel Maldini negativo a sostanze stupefacenti, l'esito dopo l'incidente a Milano

21 Settembre 2026, 11:13

Il Cagliari non si ferma più: soffre, vince, sorprende

21 Settembre 2026, 09:14

Udinese-Cagliari 0-1, Maldini lancia i sardi in testa alla classifica. Bologna-Torino 1-1

19 Settembre 2026, 17:17

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 Settembre 2026, 14:51 AdnKronos

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

SPECIALE SANTA GRECA

Il DCM Music Festival cala il tris: dopo Iva Zanicchi arrivano Serena Brancale e Francesca Michielin

28 Settembre 2026, 17:47

L'Arena Santa Greca si accende: quattro serate con il DCM Music Festival

26 Settembre 2026, 18:51

Decimomannu, al via la Festa di Santa Greca: regole, viabilità e trasporto pubblico

25 Settembre 2026, 19:32

Santa Greca 2026, gli appuntamenti della grande festa di Decimomannu

24 Settembre 2026, 20:57

PRIMO PIANO

San Gavino, successo di pubblico per il Festival letterario

28 Settembre 2026,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

di **Redazione Key4biz** | 29 Settembre 2026, ore 14:50

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di

L'autore

Redazione Key4biz

Condividi:

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

clicca qui

Add as a preferred source on Google

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

Per saperne di più: ECONOMIA

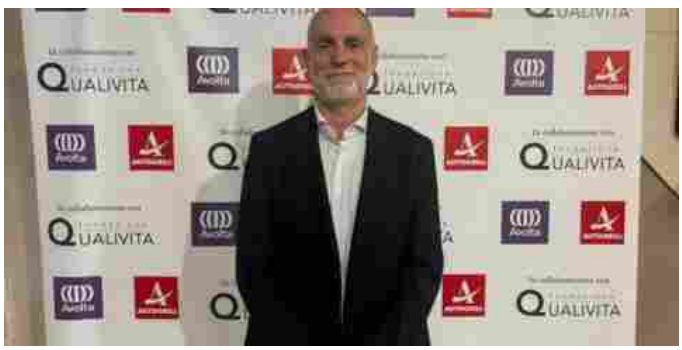
Leggi anche

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ADNKRONOS | 29 Set 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ADNKRONOS | 29 Set 2026



Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ADNKRONOS | 29 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

di **Redazione Key4biz** | 29 Settembre 2026, ore 15:02

ADNKRONOS

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso

L'autore

Redazione Key4biz

Condividi:

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui

Add as a preferred source on Google

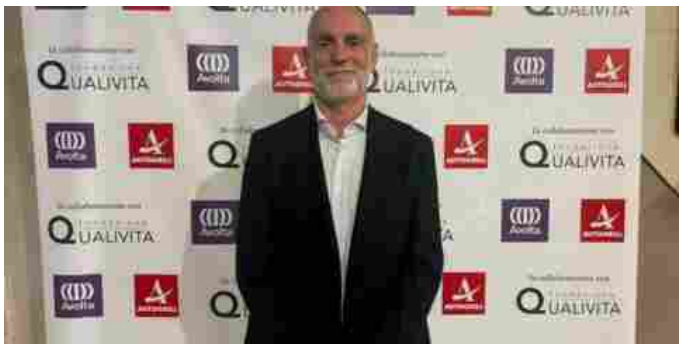
Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

Per saperne di più: ECONOMIA

Leggi anche

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ADNKRONOS | 29 Set 2026



Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ADNKRONOS | 29 Set 2026

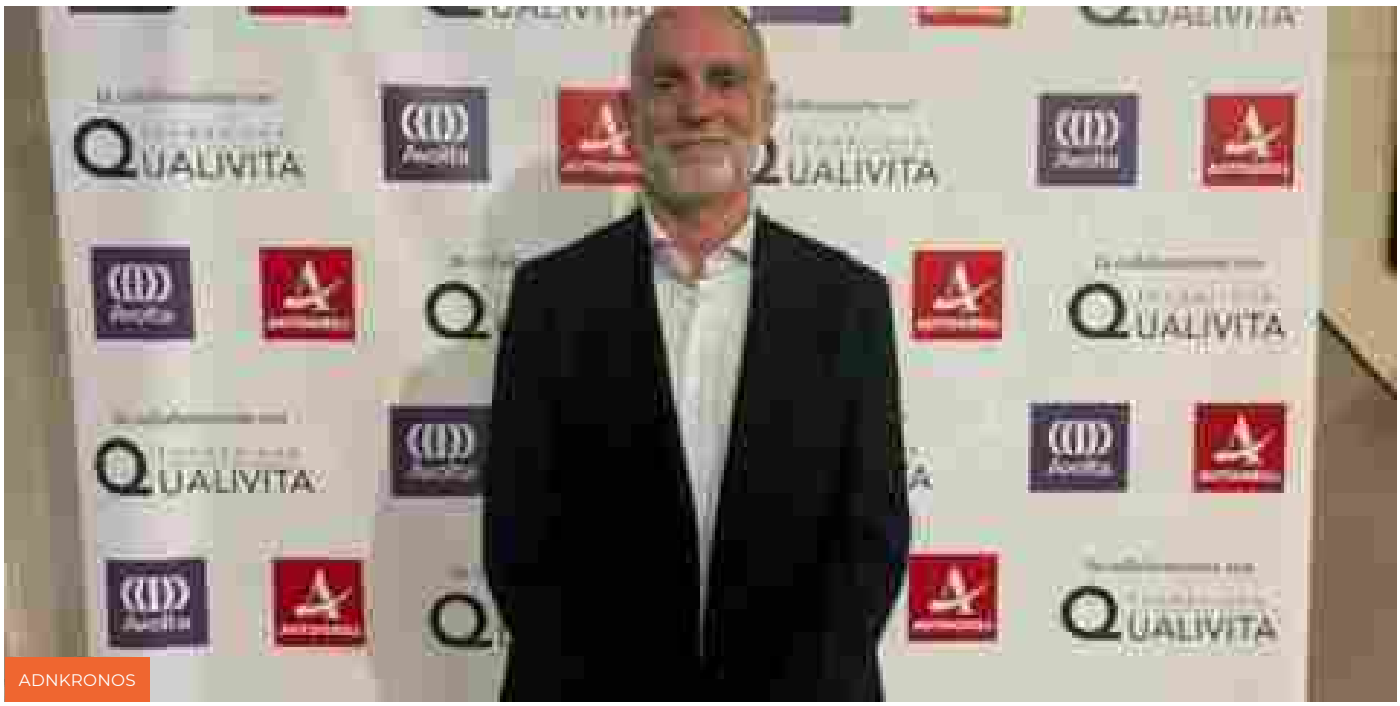
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

di **Redazione Key4biz** | 29 Settembre 2026, ore 14:51



ADNKRONOS

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla

L'autore

Redazione Key4biz

Condividi:

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui

Add as a preferred source on Google

Leggi le altre notizie sull'home page di Key4biz

Per saperne di più: ECONOMIA

Leggi anche

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ADNKRONOS | 29 Set 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ADNKRONOS | 29 Set 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LACRONACA24.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze

(Adnkronos) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali, evidenzia D´Alba. Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

LACRONACA24.IT

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LACRONACA24.IT

www.ecostampa.it

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LACRONACA24.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LAFIRMADELREDATTORE.COM

www.ecostampa.it

LA FIRMA del REDATTORE

Ultim'ora Salute Lavoro Motori Cultura La specola Tecnologia Altro

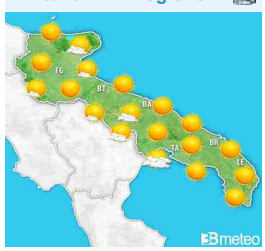
Cerca

Cerca

Meteo

Puglia

Italia Regione



Temperature: min.18°C max.24°C
Probabilità precipitazioni: 7%
Vento: 3.6km/h da OSO

29 Settembre 2026

0 Views

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LAFIRMADELREDATTORE.COM

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

by **Immediapress**

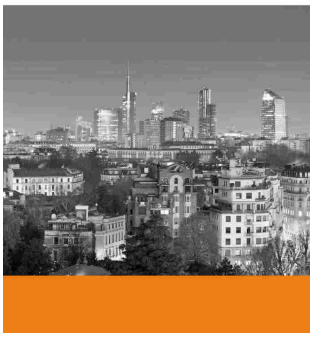
(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale

A cura di 3bmeteo.com
Meteo Puglia

restart energy lab



JustBRITISH

Authorised Exams Centre
BRITISH COUNCIL IELTS Registration Centre
Pearson Test Centre
TRINITY COLLEGE LONDON
OXFORD TEST OF ENGLISH Approved Test Centre

Ultim'ora

29 Settembre 2026

La teoria del complotto dal Brasile: "Vinicius non è il vero Vinicius, è un sosia"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e

29 Settembre 2026

Energia, la Ue avverte: "Inverno sarà complicato, prezzi saranno molto alti"

Repubblica Congo, firmato accordo di col...

Relax vista gol: Malen in spiaggia a Ost...

Social Network

Tags

ADNKRONOS | IMMEDIAPRESS | LAVORO | MOTORI | NEWSREGIONALI | REGIONI | SALUTE | TECNOLOGIA | ULTIMORA | VIDEO ADNKRONOS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

CONDIVIDI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Ultim'ora
ultimora

Articolo precedente

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Articolo successivo

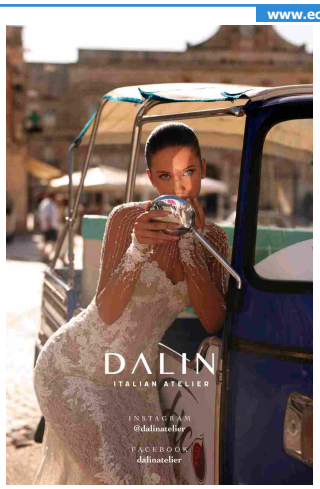
Potrebbe interessarti anche

La teoria del complotto dal Brasile: "Vinicius non è il vero Vinicius, è un sosia"

Energia, la Ue avverte: "Inverno sarà complicato, prezzi saranno molto alti"

MedOr Italian Foundation

Repubblica Congo, firmato accordo di collaborazione con Fondazione Med-Or



Privacy Policy

Cookie Policy

© 2021 LA FIRMA DEL REDATTORE - Reclamificio S.r.l. P.iva 07768430725

PAGINA SU

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LAFIRMADELREDATTORE.COM

www.ecostampa.it

LA FIRMA del REDATTORE

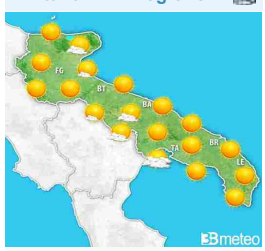
Cerca

Cerca

Meteo

Puglia

Italia Regione



Temperature: min.18°C max.24°C
Probabilità precipitazioni: 7%
Vento: 3.6km/h da OSO

A cura di 3bmeteo.com

Meteo Puglia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LAFIRMADELREDATTORE.COM

www.ecostampa.it

29 Settembre 2026

0 Views

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

by **Immediapress**

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

CONDIVIDI

Lavoro
lavoro

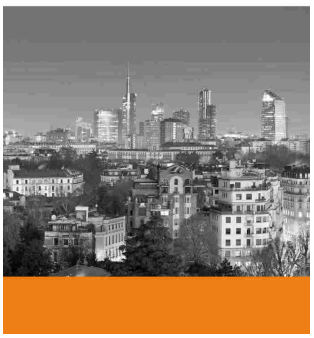
Articolo precedente

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Articolo successivo

restart
ENERGY LAB



JustBRITISH

Authorised Exams Centre
BRITISH COUNCIL IELTS Registration Centre
Pearson Test Centre 91290
TRINITY COLLEGE LONDON
OXFORD TEST OF ENGLISH Approved Test Centre

Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ULTIMA ORA

ULTIMA ORA

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

AGENZIA ADNKRONOS

MARTEDÌ 29 SETTEMBRE 2026, 15:20

di lettura

IL PIÙ LETTO

IL CASO
Bari calcio, la Procura tira fuori i decreti ingiuntivi contro i biancorossi. «Ma abbiamo pagato tutti»

FOTO →

Da Monte Sant'Angelo a Mont-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

lagazzettadelmezzogiorno.it
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

www.ecostampa.it

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo

Saint-Michel, la statua di San Michele come simbolo di pace

VIDEO →

Al Bano show in Sicilia: il cantante si arrampica sui tralicci e canta «Felicità» VIDEO

DIGITAL EDITION

MARTEDÌ 29 SETTEMBRE

sfoglia l'edizione

PROMO DIGITALE tutte le offerte →

Settimanale	Mensile	Annuale
4.99 €	9.99 €	99.99 €

LA VIGNETTA DI PILLININI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

lagazzettadelmezzogiorno.it
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO
www.ecostampa.it

eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

scopri le altre vignette

SEGUI ANCHE DA QUESTO ARTICOLO:
ADNKRONOS , ULTIMAORA

TROVA NEWS INTORNO A TE
POSIZIONE
inserisci la città

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ULTIMA ORA

ULTIMA ORA

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

AGENZIA ADNKRONOS

MARTEDÌ 29 SETTEMBRE 2026, 15:20

di lettura

IL PIÙ LETTO

IL CASO
Bari calcio, la Procura tira fuori i decreti ingiuntivi contro i biancorossi. «Ma abbiamo pagato tutti»

FOTO →

Da Monte Sant'Angelo a Mont-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

lagazzettadelmezzogiorno.it
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

www.ecostampa.it

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come

Saint-Michel, la statua di San Michele come simbolo di pace

VIDEO →

Al Bano show in Sicilia: il cantante si arrampica sui tralicci e canta «Felicità» VIDEO

DIGITAL EDITION

MARTEDÌ 29 SETTEMBRE

sfoglia l'edizione

PROMO DIGITALE tutte le offerte →

Settimanale	Mensile	Annuale
4.99 €	9.99 €	99.99 €

LA VIGNETTA DI PILLININI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

lagazzettadelmezzogiorno.it
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO
www.ecostampa.it

l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per

scopri le altre vignette

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

lagazzettadelmezzogiorno.it
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO
www.ecostampa.it

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SEGUI ANCHE DA QUESTO ARTICOLO:
ADNKRONOS , ULTIMAORA

TROVA NEWS INTORNO A TE
POSIZIONE
inserisci la città
RECUPERA LA TUA POSIZIONE
RAGGIO DISTANZA
10 km
cerca tutti i contenuti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

lagazzettadelmezzogiorno.it
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

www.ecostampa.it

ECONOMIA

ECONOMIA

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

AGENZIA ADNKRONOS

MARTEDÌ 29 SETTEMBRE 2026, 15:20

di lettura

IL PIÙ LETTO

IL CASO
Bari calcio, la Procura tira fuori i decreti ingiuntivi contro i biancorossi. «Ma abbiamo pagato tutti»

FOTO →

Da Monte Sant'Angelo a Mont-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

lagazzettadelmezzogiorno.it
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

www.ecostampa.it

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SEGUI ANCHE DA QUESTO ARTICOLO:
ADNKRONOS , ECONOMIA

TROVA NEWS INTORNO A TE
POSIZIONE
inserisci la città
RECUPERA LA TUA POSIZIONE
RAGGIO DISTANZA

Saint-Michel, la statua di San Michele come simbolo di pace
VIDEO →

Al Bano show in Sicilia: il cantante si arrampica sui tralicci e canta «Felicità» VIDEO

DIGITAL EDITION
MARTEDÌ 29 SETTEMBRE
sfoglia l'edizione
PROMO DIGITALE tutte le offerte →

Settimanale	Mensile	Annuale
4.99 €	9.99 €	99.99 €

LA VIGNETTA DI PILLININI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CAMBIA LINGUA ACCEDI

LOMBARDIA LAZIO ABRUZZO EMILIA-ROMAGNA PUGLIA TRENTINO ALTO ADIGE BASILICATA FRIULI VENEZIA GIULIA MARCHE
SARDEGNA UMBRIA CALABRIA MOLISE SICILIA VALLE D'AOSTA CAMPANIA LIGURIA PIEMONTE TOSCANA VENETO

MARTEDÌ, 29 SETTEMBRE, 2026 Home La Milano È! Per La Pubblicità TV | La Milano Di Più

LA MILANO

Sviluppa la tua Visibilità
Sviluppo Siti Web
Social Network
Web Content
Ufficio Stampa e Mass Media
Grafica e Branding

HOME PRIMO PIANO CRONACA POLITICA EVENTI CULTURA LIFESTYLE ARTE FASHION SPORT ESTERI TV | LA MILANO DI PIÙ

LA MILANO
www.LaMilano.it

NEWS

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Di **Altra Fonte** — il **29 Set, 2026**

Condividi

NEWS DALLA TUA CITTA'

Scrivi qui e cerca la tua Città

NEWS

NEWS
Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'
29 Set, 2026

NEWS
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini
29 Set, 2026

NEWS
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
29 Set, 2026

NEWS
'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

"Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

LA MILANO TV | LIVE

Guarda il nostro Canale sulla TV

Google TV

fire tv

Smart TV Powered by TIZEN

Roku TV Ready

LA MILANO PLUS
IL QUOTIDIANO DELLA TUA CITTÀ
INFORMAZIONE SENZA DISTRAZIONI.
Tutte le città, ogni giorno.
ABBONATI ORA
A PARTIRE DA 4,90€ AL MESE
SCEGLI IL TUO PIANO
LA TUA CITTÀ. LA TUA REGIONE. L'ITALIA. IL MONDO.
MILANO ROMA TORINO TORINE FIRENZE
NAPOLI BOLOGNA LOMBARDIA MONDO
INFORMAZIONE INDIPENDENTE E DI QUALITÀ
LA MILANO. SEMPRE AL TUO FIANCO.
www.lamilano.it

LA MILANO TG | EDIZIONI

La Milano TG – Edizione del 27 settembre 2026
27 Set, 2026

La Milano TG – Edizione del 26 settembre 2026
27 Set, 2026

La Milano TG – Edizione del 25 settembre 2026
25 Set, 2026

29 Set, 2026

NEWS
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027
29 Set, 2026

NEWS
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav
29 Set, 2026

NEWS
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
29 Set, 2026

NEWS
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
29 Set, 2026

DIVULGHIAMO LA TUA PUBBLICITA' OVUNQUE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Non perderti le ultime notizie di **La Milano**: aggiungici alle tue fonti preferite su Google in un solo clic.

Inserisci LA MILANO tra le tue fonti preferite su Google

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

La Milano TG – Edizione del 24 settembre 2026
24 Set, 2026

PRECEDENTE IL PROSSIMO 1 di 243

SEGUI LA MILANO

Facebook La Milano
Instagram SEGUICI
La Milano SEGUICI
Twitter La Milano
Youtube SEGUICI
La Milano SEGUICI
Linkedin La Milano
Pinterest SEGUICI
La Milano SEGUICI
Telegram La Milano
RSS La Milano SEGUICI
La Milano ISCRIVITI
La Milano SCARICA

PREVISIONI METEO

METEO LA MILANO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

Infatti, “l’impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali”, evidenzia D’Alba. “Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c’è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D’Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all’interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c’è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

NOTIZIE PLUS
PRODOTTI EDITORIALI
UN FLUSSO DI NOTIZIE ININTERROTTO IN ESCLUSIVA
PER EDITORI, SITI WEB E PROFESSIONISTI

NEWSLETTER LA MILANO

Le nostre News fatte apposta per te!

Nome o nome completo

Email

ISCRIVITI GRATIS

PRIMO PIANO

Pietracatella, perquisito lo studio di Gianni Di Vita: la Procura...
29 Set, 2026

Etna, cenere vulcanica blocca i voli a Catania: aeroporto chiuso fino...
28 Set, 2026

Strage di Ustica, la Francia consegna all’Italia i documenti sul Dc-9:...
28 Set, 2026

Garlasco, chiuse le indagini su Andrea Sempio: dalla scarpa al Dna sui...
28 Set, 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

(Adnkronos)

Giulio Regeni, oggi la sentenza dopo 3.890 giorni: atteso il verdetto…

28 Set, 2026

Pescia, 20enne rifiuta un approccio sessuale: torturata e quasi…

28 Set, 2026

Torino, investe il figlio di 5 anni dell'ex compagno: arrestata 24enne…

27 Set, 2026

Torino, festino a base di droga e alcol prima dell'omicidio: tre…

27 Set, 2026

Gloucestershire, allarme esplosivi vicino alla base Raf Fairford:…

27 Set, 2026

PRECEDENTE IL PROSSIMO 1 di 805

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LA MILANO ISCRIVITI
è anche su WhatsApp!
Ricevi le notizie selezionate dalla redazione in modo semplice e veloce
Inquadra il QR Code con la fotocamera o clicca sopra e segui Whatsapp di La Milano
NEWS UPDATE WhatsApp NEW LA MILANO

Riproduzione riservata © Copyright La Milano

Condividi Facebook Twitter Linkedin

Altra Fonte

PRECEDENTE ARTICOLO
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

PROSSIMO ARTICOLO
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

POTREBBE PIACERTI ANCHE

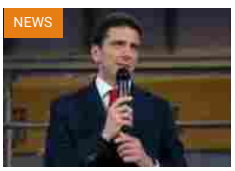
Altri Di Autore

NEWS

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo...

NEWS

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea...

NEWS

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

NEWS

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio...

NEWS

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

NEWS

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa...

NEWS
NEWS
NEWS

by vistaprint

ULTIMI ARTICOLI

NEWS
Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato...
ALTRA FONTE • 2 ore fa

NEWS
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di...
ALTRA FONTE • 2 ore fa

NEWS
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per...
ALTRA FONTE • 2 ore fa

CARICARE ALTRI MESSAGGI

ALTRE NEWS

NEWS

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo...
ALTRA FONTE • 29 Set, 2026
Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'. La...

NEWS

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di...

NEWS

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

CAMBIA LINGUA ACCEDI

LOMBARDIA LAZIO ABRUZZO EMILIA-ROMAGNA PUGLIA TRENTINO ALTO ADIGE BASILICATA FRIULI VENEZIA GIULIA MARCHE
SARDEGNA UMBRIA CALABRIA MOLISE SICILIA VALLE D'AOSTA CAMPANIA LIGURIA PIEMONTE TOSCANA VENETO

MARTEDÌ, 29 SETTEMBRE, 2026 Home La Milano È! Per La Pubblicità TV | La Milano Di Più

LA MILANO

Sviluppa la tua Visibilità
Sviluppo Siti Web
Social Network
Web Content
Ufficio Stampa e Mass Media
Grafica e Branding

HOME PRIMO PIANO CRONACA POLITICA EVENTI CULTURA LIFESTYLE ARTE FASHION SPORT ESTERI TV | LA MILANO DI PIÙ

Home > NEWS > 'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

LA MILANO
www.LaMilano.it

NEWS

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Di Altra Fonte — il 29 Set, 2026

Condividi

NEWS DALLA TUA CITTA'

Scrivi qui e cerca la tua Città

NEWS

NEWS
Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'
29 Set, 2026

NEWS
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini
29 Set, 2026

NEWS
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
29 Set, 2026

NEWS
'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e

LA MILANO TV | LIVE

Guarda il nostro Canale sulla TV

Google TV

fire tv

Smart TV
Powered by TIZEN

Roku TV
Ready

LA MILANO TG | EDIZIONI

La Milano TG – Edizione del 27 settembre 2026
27 Set, 2026

La Milano TG – Edizione del 26 settembre 2026
27 Set, 2026

La Milano TG – Edizione del 25 settembre 2026

29 Set, 2026

NEWS
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
29 Set, 2026

NEWS
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
29 Set, 2026

NEWS
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia
29 Set, 2026

NEWS
Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale
29 Set, 2026

DIVULGHIAMO LA TUA PUBBLICITA' OVUNQUE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

Non perderti le ultime notizie di **La Milano**: aggiungici alle tue fonti preferite su Google in un solo clic.

Inserisci LA MILANO tra le tue fonti preferite su Google

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la

25 Set, 2026

La Milano TG – Edizione del 24 settembre 2026
24 Set, 2026

‹ PRECEDENTE IL PROSSIMO › 1 di 243

SEGUI LA MILANO

Facebook La Milano
Instagram SEGUICI
La Milano SEGUICI
Twitter La Milano
Youtube SEGUICI
La Milano SEGUICI
Linkedin La Milano
Pinterest SEGUICI
La Milano SEGUICI
Telegram La Milano
RSS La Milano SEGUICI
La Milano ISCRIVITI
La Milano SCARICA

PREVISIONI METEO

METEO LA MILANO

NOTIZIE PLUS
PRODOTTI EDITORIALI
UN FLUSSO DI NOTIZIE ININTERROTTO IN ESCLUSIVA
PER EDITORI, SITI WEB E PROFESSIONISTI

NEWSLETTER LA MILANO

Le nostre News fatte apposta per te!

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo

Nome o nome completo

Email

ISCRIVITI GRATIS

PRIMO PIANO

Pietracatella, perquisito lo studio di Gianni Di Vita: la Procura...
29 Set, 2026

Etna, cenere vulcanica blocca i voli a Catania: aeroporto chiuso fino...
28 Set, 2026

Strage di Ustica, la Francia consegna all'Italia i documenti sul Dc-9:...
28 Set, 2026

Garlasco, chiuse le indagini su Andrea Sempio: dalla scarpa al Dna sui...
28 Set, 2026

Giulio Regeni, oggi la sentenza dopo 3.890 giorni: atteso il verdetto...
28 Set, 2026

Pescia, 20enne rifiuta un approccio sessuale: torturata e quasi...
28 Set, 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia

Torino, investe il figlio di 5 anni dell'ex compagno: arrestata 24enne...
27 Set, 2026

Torino, festino a base di droga e alcol prima dell'omicidio: tre...
27 Set, 2026

Gloucestershire, allarme esplosivi vicino alla base Raf Fairford:...
27 Set, 2026

PRECEDENTE IL PROSSIMO 1 di 805

ULTIMI ARTICOLI

NEWS
Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato...
ALTRA FONTE • 2 ore fa

NEWS
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

(Adnkronos)

ALTRA FONTE • 2 ore fa

NEWS

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per...

ALTRA FONTE • 2 ore fa

CARICARE ALTRI MESSAGGI

ALTRE NEWS

NEWS

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo...

ALTRA FONTE • 29 Set, 2026

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'. La...

NEWS

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di...

NEWS

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti...

NEWS

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea...

NEWS

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza...

PRECEDENTE IL PROSSIMO 1 di 4.654

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LA MILANO ISCRIVITI
è anche su WhatsApp!
Ricevi le notizie selezionate dalla redazione in modo semplice e veloce
Inquadra il QR Code con la fotocamera o clicca sopra e segui Whatsapp di La Milano
NEWS UPDATE WhatsApp LA MILANO NEW

Riproduzione riservata © Copyright La Milano

Condividi Facebook Twitter Linkedin

Altra Fonte

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CAMBIA LINGUA ACCEDI

LOMBARDIA LAZIO ABRUZZO EMILIA-ROMAGNA PUGLIA TRENTINO ALTO ADIGE BASILICATA FRIULI VENEZIA GIULIA MARCHE
SARDEGNA UMBRIA CALABRIA MOLISE SICILIA VALLE D'AOSTA CAMPANIA LIGURIA PIEMONTE TOSCANA VENETO

MARTEDÌ, 29 SETTEMBRE, 2026 Home La Milano È! Per La Pubblicità TV | La Milano Di Più

LA MILANO

Sviluppa la tua Visibilità
Sviluppo Siti Web
Social Network
Web Content
Ufficio Stampa e Mass Media
Grafica e Branding

HOME PRIMO PIANO CRONACA POLITICA EVENTI CULTURA LIFESTYLE ARTE FASHION SPORT ESTERI TV | LA MILANO DI PIÙ

LA MILANO
www.LaMilano.it

NEWS

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Di **Altra Fonte** — il **29 Set, 2026**

Condividi

NEWS DALLA TUA CITTA'

Scrivi qui e cerca la tua Città

NEWS

NEWS
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
29 Set, 2026

NEWS
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
29 Set, 2026

NEWS
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia
29 Set, 2026

NEWS
Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale
29 Set, 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

“Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Non perderti le ultime notizie di **La Milano**: aggiungici alle tue fonti preferite su Google in un solo clic.

Inserisci LA MILANO tra le tue fonti preferite su Google

(Adnkronos)

LA MILANO TV | LIVE

Guarda il nostro Canale sulla TV

Google TV

fire tv

Smart TV Powered by TIZEN

Roku TV Ready

LA MILANO TG | EDIZIONI

La Milano TG – Edizione del 27 settembre 2026
27 Set, 2026

La Milano TG – Edizione del 26 settembre 2026
27 Set, 2026

La Milano TG – Edizione del 25 settembre 2026
25 Set, 2026

NEWS
Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: “Esercizio di un diritto”
29 Set, 2026

NEWS
Giroud verso il ritiro: “Sarà la mia ultima stagione”
29 Set, 2026

NEWS
Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che ‘pulisce’ la sedia di...
29 Set, 2026

NEWS
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”
29 Set, 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

La Milano TG – Edizione del 24 settembre 2026

24 Set, 2026

PRECEDENTE IL PROSSIMO 1 di 243

SEGUI LA MILANO

Facebook La Milano

Instagram SEGUICI

La Milano SEGUICI

Twitter La Milano

Youtube SEGUICI

La Milano SEGUICI

Linkedin La Milano

Pinterest SEGUICI

La Milano SEGUICI

Telegram La Milano

RSS La Milano SEGUICI

La Milano ISCRIVITI

La Milano SCARICA

PREVISIONI METEO

METEO LA MILANO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LA MILANO ISCRIVITI
è anche su WhatsApp!
Ricevi le notizie selezionate dalla redazione in modo semplice e veloce
Inquadra il QR Code con la fotocamera o clicca sopra e segui Whatsapp di La Milano
NEWS UPDATE WhatsApp NEW LA MILANO

Riproduzione riservata © Copyright La Milano

LA MILANO PLUS
SENZA PUBBLICITÀ
LE NOTIZIE DELLE LOCALITÀ CHE SCEGLI
SALVA I TUOI ARTICOLI
VIA EMAIL, LE NOTIZIE DELLE CITTÀ CHE SCEGLI
ABBONATI ORA
A PARTIRE DA
4,90€
AL MESE
SCEGLI IL TUO PIANO

Condividi Facebook Twitter Linkedin

Altra Fonte

PRECEDENTE ARTICOLO PROSSIMO ARTICOLO

NOTIZIE PLUS
PRODOTTI EDITORIALI
UN FLUSSO DI NOTIZIE ININTERROTTO IN ESCLUSIVA
PER EDITORI, SITI WEB E PROFESSIONISTI

NEWSLETTER LA MILANO
Le nostre News fatte apposta per te!
Nome o nome completo
Email
ISCRIVITI GRATIS

PRIMO PIANO

Pietracatella, perquisito lo studio di Gianni Di Vita: la Procura...
29 Set, 2026

Etna, cenere vulcanica blocca i voli a Catania: aeroporto chiuso fino...
28 Set, 2026

Strage di Ustica, la Francia consegna all'Italia i documenti sul Dc-9:...
28 Set, 2026

Garlasco, chiuse le indagini su Andrea Sempio: dalla scarpa al Dna sui...
28 Set, 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la Nuova Ferrara

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 settembre 2026 14:56

3 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

G'Ti local
la Nuova Ferrara
www.ecostampa.it

eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **La Nuova Ferrara** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la Nuova Ferrara

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 settembre 2026 15:06

6 MINUTI DI LETTURA

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la Nuova Ferrara
www.ecostampa.it

il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la Nuova Ferrara
www.ecostampa.it

Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **La Nuova Ferrara** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

G'Mlocal
la Nuova Ferrara

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 settembre 2026 14:57

1 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”. “C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **La Nuova Ferrara** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LA NUOVA Sardegna

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 settembre 2026 14:56

3 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in

Primo Piano

Carabinieri
Sorpreso con la cocaina in tasca, sarà bandito dal territorio per i prossimi anni

Il caso
Olbia, dà del «criminale» al sindaco Nizzi e invita tutti ad «armarsi» contro di lui: denunciato

Legge di bilancio
Nuova stangata sul fumo, dal 2027 rincari per le sigarette fino a 25 centesimi. Aumenti anche per e-cig

Previsioni
Meteo, ancora caldo e temperature sopra la media: si consolida l'anticiclone subtropicale

Tentato omicidio
Alghero, 40enne accoltellato dopo una lite: individuato il presunto autore. L'uomo aggredito è grave
di Nicola Nieddu

L'inchiesta
Madre e figlia avvelenate con la ricina, Gianni di Vita portato in Questura

Traffici illeciti
Sassari, dai ristoranti al mercato nero: come funziona il racket dell'olio esausto e quanto vale il nuovo oro giallo
di Luigi Soriga

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LA NUOVA Nuova Sardegna

www.ecostampa.it

Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **La Nuova Sardegna** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Le nostre iniziative

Speciale

Arcipelago Sardegna

Speciale

Una città e le sue storie

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LA NUOVA Sardegna

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 settembre 2026 15:06

6 MINUTI DI LETTURA

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e

Primo Piano

Carabinieri
Sorpreso con la cocaina in tasca, sarà bandito dal territorio per i prossimi anni

Il caso
Olbia, dà del «criminale» al sindaco Nizzi e invita tutti ad «armarsi» contro di lui: denunciato

Legge di bilancio
Nuova stangata sul fumo, dal 2027 rincari per le sigarette fino a 25 centesimi. Aumenti anche per e-cig

Previsioni
Meteo, ancora caldo e temperature sopra la media: si consolida l'anticiclone subtropicale

Tentato omicidio
Alghero, 40enne accoltellato dopo una lite: individuato il presunto autore. L'uomo aggredito è grave
di Nicola Nieddu

L'inchiesta
Madre e figlia avvelenate con la ricina, Gianni di Vita portato in Questura

Traffici illeciti
Sassari, dai ristoranti al mercato nero: come funziona il racket dell'olio esausto e quanto vale il nuovo oro giallo
di Luigi Soriga

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LA NUOVA Sardegna

www.ecostampa.it

tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella

Le nostre iniziative

Speciale

Arcipelago Sardegna

Speciale

Una città e le sue storie

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LA NUOVA Nuova Sardegna

www.ecostampa.it

promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli **La Nuova Sardegna** per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LA NUOVA Nuova Sardegna

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 settembre 2026 14:57

1 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”. “C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli La Nuova Sardegna per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Primo Piano

Carabinieri
Sorpreso con la cocaina in tasca, sarà bandito dal territorio per i prossimi anni

Il caso
Olbia, dà del «criminale» al sindaco Nizzi e invita tutti ad «armarsi» contro di lui: denunciato

Legge di bilancio
Nuova stangata sul fumo, dal 2027 rincari per le sigarette fino a 25 centesimi. Aumenti anche per e-cig

Previsioni
Meteo, ancora caldo e temperature sopra la media: si consolida l’anticiclone subtropicale

Tentato omicidio
Alghero, 40enne accoltellato dopo una lite: individuato il presunto autore. L’uomo aggredito è grave
di Nicola Nieddu

L’inchiesta
Madre e figlia avvelenate con la ricina, Gianni di Vita portato in Questura

Traffici illeciti
Sassari, dai ristoranti al mercato nero: come funziona il racket dell’olio esausto e quanto vale il nuovo oro giallo
di Luigi Soriga

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

29 Settembre 2026

29 Settembre 2026

29 Settembre 2026

29 Settembre 2026

29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

29 Settembre 2026

29 Settembre 2026

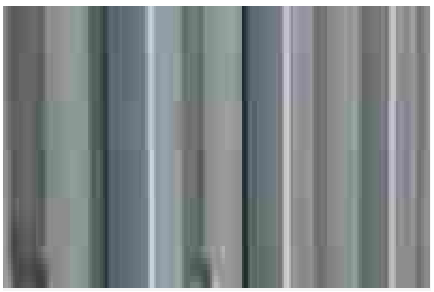
29 Settembre 2026

29 Settembre 2026

29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67



29 Settembre 2026

29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

EDITORE

TATATU S.p.A.

Via Cortina d'Ampezzo n. 47 – 00135 Roma (RM)

P.IVA: 15653581007

SEZIONE LEGALE

Note legali

Trasparenza pubblicitaria

Disclaimer

LATIBURTINANEWS.IT

www.ecostampa.it

Cookie Consent by Popupsmart Website

Italia e Mondo

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Settembre 29, 2026· 2 Mins read· 11 Views

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LATIBURTINANEWS.IT

www.ecostampa.it

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LATIBURTINANEWS.IT

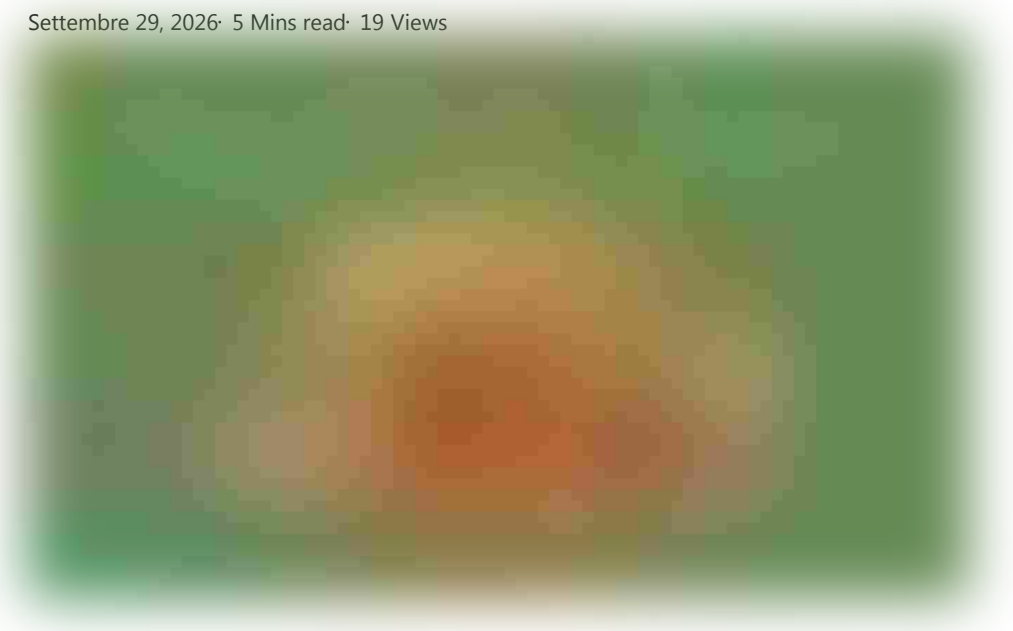
www.ecostampa.it

Cookie Consent by Popupsmart Website

Italia e Mondo

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Settembre 29, 2026· 5 Mins read· 19 Views



(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LATIBURTINANEWS.IT

www.ecostampa.it

Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Previous post
Tivoli - Il Palazzetto Paolo Tosto su Rai 1: scelto per le riprese della serie Tv "Tutto l'amore che resta"

Next post
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Leave a comment

LATIBURTINANEWS.IT

www.ecostampa.it

Cookie Consent by Popupsmart Website

Italia e Mondo

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Settembre 29, 2026· 1 Mins read· 8 Views

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LATIBURTINANEWS.IT

www.ecostampa.it

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Previous post
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Next post
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

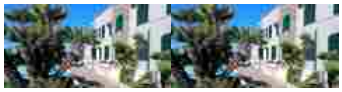
Leave a comment

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

FERRERO



CHE TEMPO FA

ADESSO 20.4°C

MER 30 16.0°C 25.5°C

GIO 1 17.6°C 25.2°C

@Datameteo.com

Marline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

Fotogallery
Videogallery
Backstage
Datameteo
Oroscopo
Quattrozampe
Voce al diritto
Ridere & Pensare
Il Punto di Beppe Gandolfo
Schegge di Luce
Quarta Parete
Chiedo allo Chef
Storie di montagna
Farinél
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Degni di Nota
BIOS, perchè!?
Younger Wine
I più letti della settimana
Fuori EXPO

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino,

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la voce di Alba.it

www.ecostampa.it

inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

ACCADEVA UN ANNO FA

1 ANNO FA
Sanità
Piemonte, 40mila uomini con tumore alla prostata: il Piemonte apre il dibattito su prevenzione e qualità di vita

1 ANNO FA
Attualità
Gaza: flash mob il 2 ottobre davanti agli ospedali italiani

1 ANNO FA
Viabilità
Linea del Tenda: guasto in via di ripristino, ultime due corse della giornata previste regolari

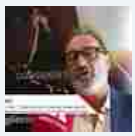
Leggi tutte le notizie

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"


Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la voce di Alba.it

www.ecostampa.it

FERRERO

Merlino PUBBLICITA' SUPER PREZZI
OGGETTI PUBBLICITARI - ETICHETTE
CONDIVIDI CON NOI LA TUA ESTATE

la voce di Alba.it
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 27.1°C
MER 30 15.8°C 26.5°C
GIO 1 16.9°C 26.7°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITA'
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

Fotogallery
Videogallery
Backstage
Datameteo
Oroscopo
Quattrozampe
Voce al diritto
Ridere & Pensare
Il Punto di Beppe Gandolfo
Schegge di Luce
Quarta Parete
Chiedo allo Chef
Storie di montagna
Farinél
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Degni di Nota

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana

IN BREVE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la voce di Alba.it

www.ecostampa.it

BIOS, perchè!?
Younger Wine
I più letti della settimana
Fuori EXPO
Gusto e Gusti
Storie di ALPIMED
Copertina

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
Il Consorzio Socio Assistenziale del Cuneese promuove "SENECTUTE": una giornata dedicata al benessere e all'invecchiamento attivo

Cronaca
Risparmi dei clienti spariti nel nulla: denaro e immobili sequestrati al broker albese finito nel mirino della Procura di Asti

Eventi
Bra, tutto il meglio di Pro Loco in Città fotografia per fotografia [FOTO]

Leggi tutte le notizie

pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

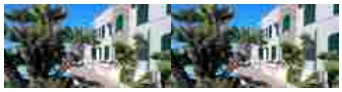
Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

FERRERO



CHE TEMPO FA

ADESSO 27.1°C

MER 30 15.8°C 26.5°C

GIO 1 16.9°C 26.7°C

@Datameteo.com

Marline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

- Fotogallery
- Videogallery
- Backstage
- Datameteo

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Alba.it

www.ecostampa.it

Oroscopo
Quattrozampe
Voce al diritto
Ridere & Pensare
Il Punto di Beppe Gandolfo
Schegge di Luce
Quarta Parete
Chiedo allo Chef
Storie di montagna
Farinél
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Degni di Nota
BIOS, perchè!?
Younger Wine
I più letti della settimana
Fuori EXPO
Gusto e Gusti
Storie di ALPIMED
Copertina

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Piantedosi rende omaggio all'agente delle Volanti che ha salvato un uomo a Cuneo

Cronaca
Incidente sulla tangenziale di Alba, traffico in tilt

Cronaca
Risparmi dei clienti spariti nel nulla: denaro e immobili sequestrati al broker albese finito nel mirino della Procura di Asti

Leggi tutte le notizie

carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la voce di Alba.it

www.ecostampa.it

Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

FERRERO

CHE TEMPO FA

ADESSO 27.1°C

MER 30 15.8°C 26.5°C

GIO 1 16.9°C 26.7°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

- Fotogallery
- Videogallery
- Backstage
- Datameteo

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Alba.it

www.ecostampa.it

Oroscopo
Quattrozampe
Voce al diritto
Ridere & Pensare
Il Punto di Beppe Gandolfo
Schegge di Luce
Quarta Parete
Chiedo allo Chef
Storie di montagna
Farinél
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Degni di Nota
BIOS, perchè!?
Younger Wine
I più letti della settimana
Fuori EXPO
Gusto e Gusti
Storie di ALPIMED
Copertina

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

ACCADEVA UN ANNO FA

1 ANNO FA

Attualità
Anche a Canale arriva il corso di disostruzione pediatrica dell'ASL CN2

1 ANNO FA

Datameteo
IL METEO / Tempo stabile e fresco interrotto da qualche pioggia mercoledì

1 ANNO FA

Cronaca
Bra ha dato l'ultimo saluto a Bruno Prando, il tipografo dal cuore grande

Leggi tutte le notizie

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la voce di Alba.it

www.ecostampa.it

FERRERO
Corsi per LAVORATORI ad ALBA

la voce di Alba.it
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 27.1°C

MER 30 15.8°C 26.5°C

GIO 1 16.9°C 26.7°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

Fotogallery
Videogallery
Backstage
Datameteo
Oroscopo
Quattrozampe
Voce al diritto
Ridere & Pensare
Il Punto di Beppe Gandolfo
Schegge di Luce
Quarta Parete
Chiedo allo Chef
Storie di montagna
Farinél
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Degni di Nota
BIOS, perchè!?

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la voce di Alba.it

www.ecostampa.it

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Cuneo ancora una volta set cinematografico a cielo aperto, per un mese prestata alle riprese di "7 Anniversari"

Eventi
Il Consorzio Socio Assistenziale del Cuneese promuove "SENECTUTE": una giornata dedicata al benessere e all'invecchiamento attivo

Cronaca
Tartufi in vendita fuori periodo, sequestro e sanzione ad Asti

Leggi tutte le notizie

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Asti.it
Edizione locale IlNazionale.it

Sanità
Piemonte, 40mila uomini con tumore alla prostata: Torino apre il dibattito su prevenzione e qualità di vita

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o

IN BREVE

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Attualità
Mor…Nizza 2025: un pellegrinaggio tra fede, storia e comunità

Attualità
Spreco alimentare, Coldiretti: ogni anno 1,7 miliardi di tonnellate finiscono nella spazzatura

Leggi tutte le notizie

più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Copyright © 2018 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

la voce di Asti.it
Edizione locale IlNazionale.it

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato:

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LAVOCEDIASTI.IT

www.ecostampa.it

1 ANNO FA
Palio
Bandiere in goal, Baldichieri e Don Bosco sono le prime semifinaliste

1 ANNO FA
Attualità
San Damiano apre la stagione del tartufo bianco: tra conferenze, passeggiate notturne e la Fiera nazionale

1 ANNO FA
Attualità
Mor…Nizza 2025: un pellegrinaggio tra fede, storia e comunità

Leggi tutte le notizie

Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LAVOCEDIASTI.IT

www.ecostampa.it

affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la voce di Asti.it
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

RUBRICHE

- Palio
- Viviamo in un posto bellissimo
- Vacanze Astigiane
- Storie di Orgoglio Astigiano
- Curiosità
- Oroscopo
- Il Punto di Beppe Gandolfo
- Voce al diritto
- Stadio Aperto
- La filosofia e le sue voci
- La voce... Delle scuole
- Un Occhio sul Mondo
- io_viaggio_leggero
- Non solo Fumetti
- 90 secondi di salute & wellness
- Chiedi aiuto!
- Gusto e Gusti
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery
- Speciale

ACCADEVA UN ANNO FA

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Eventi
Record di partecipazione per il Ritrovo Ferrari & Supercars a Castelnuovo Belbo

Attualità
Costigliole d'Asti conquista l'argento all'Entente Floral 2025 e rappresenta l'Italia tra i più bei centri d'Europa

Eventi
Palio degli Asini, Tuffo torna al trionfo dopo tredici anni

Leggi tutte le notizie

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Leggi le ultime di: Video

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2018 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Asti.it
Edizione locale IlNazionale.it

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D’Alba (Avolta): "Lancio ‘Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Cronaca
Tartufi in vendita fuori periodo, sequestro e sanzione ad Asti

Economia e lavoro
Fimaa Asti, un incontro formativo sui contratti a canone concordato

Solidarietà
Anpas, l'Open Day delle Pubbliche Assistenze apre le sedi in tutto il Piemonte

Leggi tutte le notizie

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Copyright © 2018 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

la voce di Genova.it
Edizione locale IlNazionale.it

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

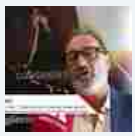
Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"


Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Genova.it
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

RUBRICHE

- Stadio Aperto
- Genoa: la Voce del Cuore
- Samp: la Voce del Cuore
- Meraviglie e leggende di Genova
- La musica che ci gira intorno
- Buone Azioni
- Gen Z - il mondo dei giovani
- Botteghe storiche e locali di tradizione
- io_viaggio_leggero
- Un Occhio sul Mondo
- Non solo Fumetti
- Fotogallery
- Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Sanità
Al via dal 20 ottobre la campagna antinfluenzale, vaccino gratis per tutte e tutti senza limiti di età

Cronaca
Incidente sul lavoro a Cornigliano: operaio precipita da otto metri in un cantiere

Attualità
Funivia dei Forti, Salis apre il confronto con Dopplemayr e Collini

Leggi tutte le notizie

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LAVOCEDIGENOVA.IT

www.ecostampa.it

Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Garlasco, la mamma gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LAVOCEDIGENOVA.IT

www.ecostampa.it

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Copyright © 2018 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

la voce di Genova.it
Edizione locale IlNazionale.it

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

IN BREVE

martedì 29 settembre

Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

'Euconomia', Festival nazionale dell'economia civile riparte da Firenze

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

adv

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

adv

Ultimo aggiornamento: martedì 29 settembre 2026, 19:41

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

adv

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition

Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.

"Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia".

Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di

adv

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa - prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".

Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza.

Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".

La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".

E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

Ultimo aggiornamento: martedì 29 settembre 2026, 17:18

© RIPRODUZIONE RISERVATA

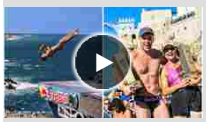
adv

LEGGO TV

Auto dei carabinieri travolge un collega impegnato a bloccare un uomo: l'incidente a San Pietro

Precipita da un'impalcatura al quarto piano: operaio salvato dai vigili del fuoco

Squalo nuota a riva a Porto Cesareo, il raro avvistamento catturato in un video: «Potrebbe essere una verdesca»



Tuffi in mare da balconi e terrazzi: le immagini spettacolari del Red Bull Cliff Diving World Series 2026 a Polignano

Totti compie 50 anni, il ballo scatenato al party di Las Vegas (filmato da Noemi Bocchi)

LE PIÙ LETTE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

adv

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ultimo aggiornamento: martedì 29 settembre 2026, 14:50

DALLA HOME

BOLZANO
Bimba di 4 anni morta, investita da un furgone davanti al centro commerciale: era con la mamma

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

adv

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO
www.ecostampa.it

punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro.

Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ultimo aggiornamento: martedì 29 settembre 2026, 15:02

DALLA HOME

BOLZANO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

adv

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ultimo aggiornamento: martedì 29 settembre 2026, 15:32

© RIPRODUZIONE RISERVATA

adv

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

adv

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Ultimo aggiornamento: martedì 29 settembre 2026, 14:51

adv

DALLA HOME

BOLZANO
Bimba di 4 anni morta, investita da un furgone davanti al centro commerciale: era con la mamma

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy. Adnkronos – ultimora

Giorgio Consolandi / 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca

Gli articoli in Liberenotizie possono essere linkati nei social dell'informazione, nonché in tutti i social generalisti come Facebook, X, Instagram, Threads, ecc...

ARCHIVI

Seleziona il mese

VUOI RICEVERE GLI ARTICOLI DI LIBERENOTIZIE

RSS - Articoli

PUBBLICITÀ

Nome(obbligatorio)

Email(obbligatorio)

Sito web

Messaggio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LIBERENOTIZIE.IT

www.ecostampa.it

conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LIBERENOTIZIE.IT

www.ecostampa.it

identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

economia

Condividi:

Tweet WhatsApp Condividi su Tumblr Altro

Mi piace:

Caricamento...

ULTIM'ORA DA ADNKRONOS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PUBBLICATO DA GIORGIO CONSOLANDI

Giorgio Consolandi – Romano di nascita, apolide per istinto. Impegnato ideologicamente per il sociale, sento forte da sempre il dovere del perseguimento della giustezza e la difesa dei deboli. Contrasto con ogni mezzo i soprusi, sebbene consapevole che il concetto di società perfetta, rimarrà utopico. Ateo, perché rifiuto il concetto di creatore, pongo l'uomo al centro dell'universo e lo rendo responsabile delle sue scelte. Mi interesso di politica poiché credo sia necessaria una visione ampia di tutte le attività umane e della regolamentazione di esse, sono tuttavia consapevole della fallibilità e dell'imperfezione della politica, più che disilluso, continuo ad essere un sognatore, e lotto perché i sogni si concretizzino. La scrittura come forma espressiva del pensiero ed il pensiero come strumento motore della scrittura mi inducono a raccontare le mie analisi personali, le critiche, le esaltazioni, le allucinazioni ed i miraggi che la vita mi infligge senza compassione e senza chiedere permesso. Se cade il mondo io non mi sposto, cerco invece, in un esercizio vano e disperato, di trattenerlo ancorato alla logica ed alla ragione, al sentimento ed all'amore, ma sono sempre più solo. Sostengo ed attuo la difesa degli animali, la loro tutela contro inutili sofferenze ed abusi. Sono figlio degli anni '60 e ne porto addosso le emozioni e le pulsioni che la mia generazione ha ricevuto. Ho coscienza di far parte di un segmento storico, giudicato con impietosa severità da chi ci succede. La mia generazione ha prodotto contraddizioni morali, etiche, religiose e anche sociali, ma ha determinato la crescita del Paese. I miei J'accuse sono sassi gettati nel lago, lo so che qualcuno è sempre pronto ad accodarsi alla lotta, ne sono convinto! Mostra altri articoli

← POST PRECEDENTE

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027. Adnkronos – ultimora

POST SUCCESSIVO →

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani". Adnkronos – ultimora

Liberenotizie

Tema Seamless *René*, sviluppato da Altervista

Apri un sito e guadagna con Altervista - Disclaimer - Segnala abuso

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Cerca...

Fai Click sull'icona o premi Invio per cercare

LIBERO.IT

www.ecostampa.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

[redacted]

Libero Quotidiano.it

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

di TMNews martedì 29 settembre 2026 Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso. "Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori". Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno". La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana". E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. Gaza, funerali collettivi con i corpi recuperati dalle macerie

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LOSPECIALEGIORNALE.IT

www.ecostampa.it

Autogrill presenta Piacenza 1714, il panino di Origini Edition che celebra i prodotti Dop e Igp

Lettore video in fase di caricamento. Riproduci il video Play Skip Backward Skip Forward Disattiva l´audio immagine Orario attuale Durata Caricato Tipo di streaming LIVE Seek to live, currently behind live LIVE Tempo rimanente 1x Velocità di riproduzione Capitolo Capitolo Descrizioni Descrizioni disattivate , selezionato Sottotitoli Impostazioni sottotitoli , aprire le impostazioni dei sottotitoli Senza sottotitoli , selezionato Traccia audio Picture-in-Picture Schermo intero This is a modal window. Inizio della finestra di dialogo. Il tasto Esc annullerà l´operazione e chiuderà la finestra. Testo Colore Bianco Nero Rosso Verde Blu Giallo Magenta Ciano Opacità Opaco Semi-Trasparente Sfondo testo Colore Nero Bianco Rosso Verde Blu Giallo Magenta Ciano Opacità Opaco Semi-Trasparente Trasparente Sfondo area sottotitoli Colore Nero Bianco Rosso Verde Blu Giallo Magenta Ciano Opacità Trasparente Semi-Trasparente Opaco Dimensione dei caratteri Stile dei bordi del testo Nessuno Raised Depressed Uniforme Ombra Carattere Sans-Serif proporzionale Sans-Serif monospaziato Serif proporzionale Serif monospaziato Casual Script Maiuscoletto Reinizializza Fatto Chiudi la finestra di dialogo Fine della finestra di dialogo. (Adnkronos) Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento. Novità su Google: per aggiungere Lo Speciale tra le tue fonti preferite, clicca qui

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LOSPECIALEGIORNALE.IT

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

immagine

Piacenza, 29 set. (askanews) Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia. Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori.Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno.La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana.E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. Novità su Google: per aggiungere Lo Speciale tra le tue fonti preferite, clicca qui

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LOSPECIALEGIORNALE.IT

www.ecostampa.it

DAlba (Avolta): Lancio Piacenza 1714 per progetto Origini Edition, valorizzare eccellenze

immagine

(Adnkronos) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali, evidenzia D´Alba. Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude. Novità su Google: per aggiungere Lo Speciale tra le tue fonti preferite, clicca qui

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LOSPECIALEGIORNALE.IT

www.ecostampa.it

Piacenza 1714, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LOSPECIALEGIORNALE.IT

www.ecostampa.it

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. Novità su Google: per aggiungere Lo Speciale tra le tue fonti preferite, clicca qui

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana

Lettore video in fase di caricamento. Riproduci il video Play Skip Backward Skip Forward Disattiva l´audio Orario attuale Durata Caricato Tipo di streaming LIVE Seek to live, currently behind live LIVE Tempo rimanente 1x Velocità di riproduzione Capitolo Capitolo Descrizioni Descrizioni disattivate , selezionato Sottotitoli Impostazioni sottotitoli , aprire le impostazioni dei sottotitoli Senza sottotitoli , selezionato Traccia audio Picture-in-Picture Schermo intero This is a modal window. Inizio della finestra di dialogo. Il tasto Esc annullerà l´operazione e chiuderà la finestra. Testo Colore Bianco Nero Rosso Verde Blu Giallo Magenta Ciano Opacità Opaco Semi-Trasparente Sfondo testo Colore Nero Bianco Rosso Verde Blu Giallo Magenta Ciano Opacità Opaco Semi-Trasparente Trasparente Sfondo area sottotitoli Colore Nero Bianco Rosso Verde Blu Giallo Magenta Ciano Opacità Trasparente Semi-Trasparente Opaco Dimensione dei caratteri Stile dei bordi del testo Nessuno Raised Depressed Uniforme Ombra Carattere Sans-Serif proporzionale Sans-Serif monospaziato Serif proporzionale Serif monospaziato Casual Script Maiuscoletto Reinizializza Fatto Chiudi la finestra di dialogo Fine della finestra di dialogo. (Adnkronos) – "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Novità su Google: per aggiungere Lo Speciale tra le tue fonti preferite, clicca qui

[Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

LOSPECIALEGIORNALE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

immagine

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. Novità su Google: per aggiungere Lo Speciale tra le tue fonti preferite, clicca qui

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

LSDMAGAZINE.COM (WEB)

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana

Some vendors may process your personal data on the basis of legitimate interest, which you can object to by managing your options below. Look for a link at the bottom of this page or in the site menu to manage or withdraw consent in privacy and cookie settings.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

MANTOVAUNO.IT

www.ecostampa.it

GRUPPO caem
Soluzioni di Valore per l'Edilizia

mantova UNO
MARTEDÌ, 29 SETTEMBRE 2026

Italia-Mondo

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 Settembre 2026

Share

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei

VISUALIZZA IL METEO COMPLETO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

MANTOVAUNO.IT

www.ecostampa.it

prodotti italiani certificati Dop e Igp.

“È un’iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell’Agricoltura – spiega D’Alba – L’obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell’Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l’esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole”.

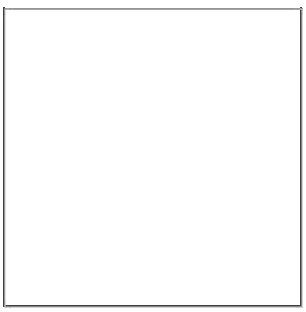
“Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c’è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un’attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”.

La denominazione ‘1714’ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell’anno – racconta D’Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l’idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume”. Gli altri ingredienti sono “l’Asiago Dop Fresco, un’altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch’essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l’Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l’eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il general manager.

Infatti, “l’impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali”, evidenzia D’Alba. “Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c’è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D’Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all’interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c’è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

Share Facebook Twitter Linkedin Email



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

GRUPPO caem
Soluzioni di Valore per l'Edilizia

mantova UNO
MARTEDÌ, 29 SETTEMBRE 2026

Italia-Mondo

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026

Share

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò

VISUALIZZA IL METEO COMPLETO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Share | Facebook | Twitter | Linkedin | Email | +

Articolo Precedente
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Articolo successivo
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

ARTICOLI CORRELATI | DALLO STESSO AUTORE

Italia-Mondo
Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Italia-Mondo
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Italia-Mondo
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

GRUPPO caem
Soluzioni di Valore per l'Edilizia

mantova UNO
MARTEDÌ, 29 SETTEMBRE 2026

Italia-Mondo

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 Settembre 2026

Share

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

GRUPPO caem

Mantova
Italia > Lombardia
Vuoi scoprire il meteo per la tua località?
Cerca... Vai

mar 29	mer 30	gio 01
15.0°C 26.3°C	15.7°C 25.8°C	16.6°C 26.2°C
ven 02	sab 03	dom 04
15.9°C 26.4°C	13.6°C 25.8°C	13.4°C 25.5°C

stampa PDF 3BMeteo.com
VISUALIZZA IL METEO COMPLETO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Share | Facebook | Twitter | Linkedin | Email

Articolo Precedente
D’Alba (Avolta): “Lancio ‘Piacenza 1714' per progetto ‘Origini Edition’, valorizzare eccellenze”

Articolo successivo
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): “Bene panino Piacenza 1714”

ARTICOLI CORRELATI DALLO STESSO AUTORE

Italia-Mondo
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Italia-Mondo
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

Italia-Mondo
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ADN Kronos Video ADN Kronos

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Di **ADN Kronos** - 29 Settembre 2026

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

martedì, Settembre 29, 2026 Accedi

MediaDuemila_Quaranta
OsservatorioTuttiMedia

HOME CHI SIAMO NOSTALGIA DI FUTURO RUBRICHE PUBBLICAZIONI OSSERVATORIO TUTTIMEDIA
NEWSLETTER

Home › ADN Kronos › Ultim'ora › D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ADN Kronos Ultim'ora

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Di **ADN Kronos** - 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Facebook X WhatsApp Linkedin

Articolo precedente
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Articolo successivo
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

martedì, Settembre 29, 2026 Accedi

MediaDuemila_Quaranta
OsservatorioTuttiMedia

HOME CHI SIAMO NOSTALGIA DI FUTURO RUBRICHE PUBBLICAZIONI OSSERVATORIO TUTTIMEDIA NEWSLETTER

Home › ADN Kronos › Ultim'ora › 'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop...

ADN Kronos Ultim'ora

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Di **ADN Kronos** - 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Facebook X WhatsApp Linkedin

Articolo precedente
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Articolo successivo
A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

ADN Kronos

ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ADN Kronos - Video ADN Kronos

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Di **ADN Kronos** - 29 Settembre 2026

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

martedì, Settembre 29, 2026 Accedi

MediaDuemila_Quaranta
OsservatorioTuttiMedia

HOME CHI SIAMO NOSTALGIA DI FUTURO RUBRICHE PUBBLICAZIONI OSSERVATORIO TUTTIMEDIA
NEWSLETTER

Home › ADN Kronos › Ultim'ora › Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ADN Kronos Ultim'ora

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Di **ADN Kronos** - 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Facebook X WhatsApp Linkedin

Articolo precedente
D’Alba (Avolta): “Lancio ‘Piacenza 1714' per progetto ‘Origini Edition’, valorizzare eccellenze”

Articolo successivo
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): “Bene panino Piacenza 1714”

ADN Kronos

ARTICOLI CORRELATI ALTRO DALL'AUTORE

Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

MediaDuemila_Quaranta
OsservatorioTuttiMedia
SEDE
piazza Sallustio 15/a, 00187, Roma
SEGUICI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

MONTAGNEEPAESI.COM

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze

immagine

(Adnkronos) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude. economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

MONTAGNEEPAESI.COM

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

MONTAGNEEPAESI.COM

www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714 ´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude. — economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

[Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

montecarlonews.it
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 23.7°C

MER 30 21.2°C 24.7°C

GIO 1 21.3°C 24.5°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Luoghi da scoprire
- Mostre di Nizza
- Sottocosta
- Carnevale di Nizza
- Immobiliare
- io_viaggio_leggero

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Storie di ALPIMED

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
«Les Roses du Sud»: quando la solidarietà corre su due ruote contro il cancro al seno

Eventi
Antibes, capitale mondiale dell'acrobatica: arriva l'Antibes Acrobatics 2025

Altre notizie
Un premio nazionale e una nuova intesa: Nizza rafforza l'inclusione lavorativa dei dipendenti con disabilità

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

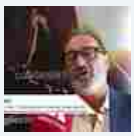
Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

montecarlonews.it
Edizione locale IlNazionale.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ADESSO 23.7°C

MER 30 21.2°C 24.7°C

GIO 1 21.3°C 24.5°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Luoghi da scoprire
- Mostre di Nizza
- Sottocosta
- Carnevale di Nizza
- Immobiliare
- io_viaggio_leggero
- Storie di ALPIMED

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
Ottobre al Palais des Festivals di Cannes: risate, musica e grandi emozioni

Eventi
«Les Roses du Sud»: quando la solidarietà corre su due ruote contro il cancro al seno

Eventi
Antibes, capitale mondiale dell'acrobatica: arriva l'Antibes Acrobatics 2025

Leggi tutte le notizie

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali

martedì 29 settembre

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

montecarlonews.it
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 23.7°C
MER 30 21.2°C 24.7°C
GIO 1 21.3°C 24.5°C

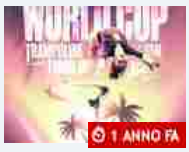
@Datameteo.com

RUBRICHE

- Luoghi da scoprire
- Mostre di Nizza
- Sottocosta
- Carnevale di Nizza
- Immobiliare
- io_viaggio_leggero
- Storie di ALPIMED

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
Ciné-club di Monaco: "Paul, apôtre du Christ" inaugura la stagione 2025-2026



Eventi
Antibes, capitale mondiale dell'acrobatica: arriva l'Antibes Acrobatics 2025

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

IN BREVE

martedì 29 settembre

'Euconomia', Festival nazionale dell'economia civile riparte da Firenze

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 set 2026 15:26, 4 notizie, 0 visualizzazioni

“Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”.

Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Leggi su Quotidiano ›

Piacenza

Ultimi eventi

Dall’1 al 4 ottobre torna a Firenze il Festival nazionale

Energia, Ue: ‘Inverno sarà impegnativo, i prezzi saranno molto

In Tennessee la prima esecuzione di una donna dopo 200 anni

Omicidio Custra non è prescritto, Ventura deve scontare la pena

Pubblicare articoli pubblicitari

AFFARI

Notizie correlate

Omicidio di Aurora Tila, ridotta a 15 anni la condanna per l'ex

Oroscopo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TIGROS COSA C'È DI BUONO OGGI? SOTTO COSTO DAL 1° AL 10 OTTOBRE 2026

Via E. Bona 25, Biella Tel. 015.28639 info@sarem.it

CENTRO OTTICO REVERCHON REVERCHON BIELLA VIA ITALIA 15 Back to School OFFERTA 1+1 3x77€ LENTI + MONTATURA

MASSERA BIELLA via Repubblica, 65 Tel. 01520465 da mart. a sabato 9.30-12.30 15-19

www.NewsBIELLA.it quotidiano online GRATUITO di BIELLA e del biellese

BIELLA CITTÀ CREATIVA UNESCO

BIVER BANCA GRUPPO BANCA DI ASTI

Carrozzeria Biella SOS Soccorso Stradale EXPERT GLASS Cristalli BENE ASSICURATI? Polizze Auto MIO CARROZZERIA Riparazioni AUTO SOTTO CASA Noleggio TRASPARENZA 360° Gestione Sinistri Numero Verde 800.700.814

SOLIDI SICURI SUZUKI AUTO JUNIOR

CANDELO - Via Marconi, 81 CLICCA QUI

CHE TEMPO FA

ADESSO 18.9°C

MER 30 16.3°C 23.1°C

GIO 1 16.9°C 22.7°C

@Datameteo.com

consulta il METEO

RUBRICHE

- Annunci lavoro
- Animalerie
- A tavola con gusto
- Benessere e Salute
- Biella motori
- Casa Edilizia
- Consulta il meteo
- CSEN News
- Danzamania
- Enogastronomia

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Fashion
Gusti & Sapori
L'opinione di...
Music Cafè
Newsbiella Young
Oroscopo
ALPINI
Fotogallery

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino,

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

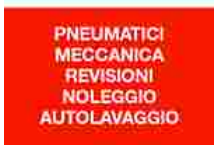
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Videogallery
Copertina

inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)



LE PRIME DAL TERRITORIO

BIELLA

Imprese, valore, futuro: interesse e partecipazione all'incontro con Alessandro Ciccioni

Venerdì 25 settembre la sezione di Biella della "Unione Cristiana Imprenditori Dirigenti" ha tenuto...

CIRCONDARIO

Lutto a Vigliano per la scomparsa di Dario Magaraggia, aveva 66 anni

COSSATO E COSSATESE

A Gifflenga oltre 150 persone in cammino tra risaie, sapori e stelle FOTO

VALLI MOSSO E SESSERA

Valsessera in festa per i 60 anni dell'AVIS Comunale di Coggiola FOTO

VALLE ELVO

Straordinario successo per SerraBike 2026 a Zubiena: sold out in anticipo e massima sicurezza grazie all'ANC

VALLE CERVO

Tamponamento tra mezzi ad Andorno Micca

BASSO BIELLESE

Golf Club Cavaglià, grande prova per Schellino nella Coppa del Presidente FOTO

LE PRIME DALLE RUBRICHE

ANIMALERIE

"Dogville in Festa", a GardenVille giochi e attività con i cani FOTO e VIDEO

BIELLA MOTORI

Nuova Assauto, inaugurato a Valdengo il nuovo showroom MG e Maxus FOTO

ENOGASTRONOMIA

24ª Sagra del Macagn: Crocemosso saluta l'estate con due giorni di tradizione, gusto e comunità FOTO

FASHION

MUSIC CAFÈ

VITA ECO E CASA

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"

Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

'Euconomia', Festival nazionale dell'economia civile riparte da Firenze

Leggi le ultime di: Video

VIDEO ANIMALERIE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TIGROS COSA C'È DI BUONO OGGI? SOTTO COSTO DAL 1° AL 10 OTTOBRE 2026

Via E. Bona 25, Biella Tel. 015.28639 info@sarem.it

CENTRO OTTICO REVERCHON REVERCHON BIELLA VIA ITALIA 15 Back to School OFFERTA 1+1 3x77€ LENTI + MONTATURA

MASSERA BIELLA via Repubblica, 65 Tel. 01520465 da mart. a sabato 9.30-12.30 15-19

www.NewsBIELLA.it quotidiano online GRATUITO di BIELLA e del biellese

BIELLA CITTÀ CREATIVA UNESCO

BIVER BANCA GRUPPO BANCA DI ASTI

Carrozzeria SOS Soccorso Stradale EXPERT GLASS Cristalli BENE ASSICURATI? Polizze Auto MIO CARROZZERIA Riparazioni AUTO SOTTO CASA Noleggio TRASPARENZA 360° Gestione Sinistri Numero Verde 800.700.814

Il miglior modo per salutare i propri cari. 015 27478 defabianisonoranzefunebri.it

CANDELO - Via Marconi, 81 CLICCA QUI

CHE TEMPO FA

ADESSO 23.7°C

MER 30 16.4°C 23.5°C

GIO 1 16.5°C 23.6°C

@Datameteo.com

consulta il METEO

RUBRICHE

Annunci lavoro
Animalerie
A tavola con gusto
Benessere e Salute
Biella motori
Casa Edilizia
Consulta il meteo
CSEN News
Danzamania
Enogastronomia
Fashion
Gusti & Sapori

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'opinione di...
Music Cafè
Newsbiella Young
Oroscopo
ALPINI
Fotogallery
Videogallery
Copertina

Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Leggi le ultime di: Ultim'ora

VIDEO ANIMALERIE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

LE PRIME DAL TERRITORIO

BIELLA

Arrestati per furto di 200 chili di rame nella vicina Valsesia

Il Comandante del Gruppo Carabinieri Forestale di Biella da cui dipendono i militari del Nucleo che...

CIRCONDARIO

"L'emozione ha voce" a Gaglianico il "Dream Star Talent" fa sognare il pubblico

COSSATO E COSSATESE

Cossato, lite in strada: 22enne arrestato dopo aver colpito un minorenne

VALLI MOSSO E SESSERA

Torna "Turno di notte" con una novità.... FOTO

VALLE ELVO

VALLE CERVO

BASSO BIELLESE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TIGROS COSA C'È DI BUONO OGGI? SOTTO COSTO DAL 1° AL 10 OTTOBRE 2026

Via E. Bona 25, Biella Tel. 015.28639 info@sarem.it MUSCATO NOLEGGI Noleggio a breve, medio e lungo termine Numero Verde 800-034441 AUTO • MINIBUS • FURGONI • PIATTAFORME AEREE

MASSERA BIELLA via Repubblica, 65 Tel. 01520465 da mart. a sabato 9.30-12.30 15-19

www.NewsBIELLA.it quotidiano online GRATUITO di BIELLA e del biellese BIELLA CITTÀ CREATIVA UNESCO

BIVER BANCA GRUPPO BANCA DI ASTI

Carrozzeria SOS Soccorso Stradale EXPERT GLASS Cristalli BENE ASSICURATI Polizze Auto MIO CARROZZERIA Riparazioni AUTO SOTTO CASA Noleggio TRASPARENZA 360° Gestione Sinistri Numero Verde 800.700.814

Il miglior modo per salutare i propri cari. 015 27478 defabianisonoranzefunebri.it

CANDELO - Via Marconi, 81 CLICCA QUI

CHE TEMPO FA

ADESSO 23.7°C

MER 30 16.4°C 23.5°C

GIO 1 16.5°C 23.6°C

@Datameteo.com

consulta il METEO

RUBRICHE

- Annunci lavoro
- Animalerie
- A tavola con gusto
- Benessere e Salute
- Biella motori
- Casa Edilizia
- Consulta il meteo
- CSEN News
- Danzamania
- Enogastronomia

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

LE PRIME DAL TERRITORIO

BIELLA

Arrestati per furto di 200 chili di rame nella vicina Valsesia

Il Comandante del Gruppo Carabinieri Forestale di Biella da cui dipendono i militari del Nucleo che...

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHE TEMPO FA

ADESSO 21.3°C

MER 30 17.1°C 25.4°C

GIO 1 18.1°C 24.4°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Level Up
- Non solo fumetti
- Il Punto di Beppe Gandolfo
- L'oroscopo di Corinne
- Itinerarium
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
Alla scoperta del mondo del volontariato: open day delle pubbliche assistenze di Anpas

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Cronaca
Divignano, giardino trasformato in discarica di auto: denunciato il proprietario

Calcio
Una domenica a due facce: il Gozzano festeggia, la NovaRomentin si ferma

Leggi tutte le notizie

Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

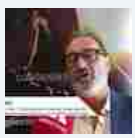
Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

newsNovara.it

PRIMA PAGINA CRONACA ATTUALITÀ POLITICA EVENTI SANITÀ TERRITORIO ECONOMIA VIABILITÀ E TRASPORTI SCUOLA CULTURA SPORT TUTTE LE NOTIZIE

NOVARA ARONA BORGOMANERO TRECATE PROVINCIA REGIONE CRONACA DAL NORD OVEST

/ ULTIM'ORA

Archivio Mobile

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.9°C

MER 30 17.0°C 26.0°C

GIO 1 17.4°C 25.8°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

Level Up
Non solo fumetti
Il Punto di Beppe Gandolfo
L'oroscopo di Corinne
Itinerarium
Copertina
Fotogallery
Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

1 ANNO FA

Cronaca
Novara, certificati falsi per riaprire il cantiere: denunciato imprenditore edile

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NEWSNOVARA.IT

www.ecostampa.it

Turismo
Rinnovata la piattaforma digitale per la valorizzazione del patrimonio escursionistico piemontese

Sport
Vertikal Tovo 2025, record da battere e Supertris: gemellaggio con Morrisolo e Vertical Tube

Leggi tutte le notizie

la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NEWSNOVARA.IT

www.ecostampa.it

ULTIM'ORA - 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NEWSNOVARA.IT

www.ecostampa.it

dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Copyright © 2019 - 2026 Ultravox srl - Corso Dissegna 2, 28845 Domodossola (VB) - P.IVA/C.F. 02344090036 - Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura del Verbano Cusio Ossola
REA VB-201161 - Capitale sociale: 10.000 € i.v. - **ultravox@sicurezzapostale.it** - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

newsNovara.it

PRIMA PAGINA CRONACA ATTUALITÀ POLITICA EVENTI SANITÀ TERRITORIO ECONOMIA VIABILITÀ E TRASPORTI SCUOLA CULTURA SPORT TUTTE LE NOTIZIE
NOVARA ARONA BORGOMANERO TRECATE PROVINCIA REGIONE CRONACA DAL NORD OVEST

/ VIDEO

Archivio Mobile

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.9°C
MER 30 17.0°C 26.0°C
GIO 1 17.4°C 25.8°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

Level Up
Non solo fumetti
Il Punto di Beppe Gandolfo
L'oroscopo di Corinne
Itinerarium
Copertina
Fotogallery
Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

1 ANNO FA
Calcio
Una domenica a due facce: il Gozzano festeggia, la NovaRomentin si ferma

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NEWSNOVARA.IT

www.ecostampa.it

Attualità
Novara celebra il World Heart Day: il cuore al centro della prevenzione VIDEO

Attualità
Ottobre Rosa: Lilt Novara accende la città con la campagna Nastro Rosa

Leggi tutte le notizie

connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.9°C

MER 30 17.0°C 26.0°C

GIO 1 17.4°C 25.8°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Level Up
- Non solo fumetti
- Il Punto di Beppe Gandolfo
- L'oroscopo di Corinne
- Itinerarium
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
E' di Castellanza il 64enne stroncato da un infarto ad Ameno

Viabilità e trasporti
Nessuna certezza per i lavoratori della Rola, l'autostrada viaggiante

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NONSOLOCALCIO.NEWS

www.ecostampa.it

Top News

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Fabrizio Gerolla • 12 minuti fa Ultimo aggiornamento: Settembre 29, 2026 2 minuti di lettura

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero

Top News

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
11 minuti fa

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
11 minuti fa

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"
12 minuti fa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NONSOLOCALCIO.NEWS

www.ecostampa.it

dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Condividi:

Facebook X

#adnkronos #ultimora

Condividi

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia
13 minuti fa

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale
13 minuti fa

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"
24 minuti fa

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"
26 minuti fa

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro
26 minuti fa

Sport

La Fifa accusa l'Uefa: "Porta avanti una campagna di disinformazione"
1 ora fa

Poker Italia alla Turchia, gli azzurri riscattano il ko col Belgio
1 ora fa

Mancini tira dritto, largo ai giovani: "Si può vincere giocando di squadra"
19 ore fa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NONSOLOCALCIO.NEWS

www.ecostampa.it

Top News

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Fabrizio Gerolla • 30 minuti fa Ultimo aggiornamento: Settembre 29, 2026 5 minuti di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza,

Top News

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'
12 minuti fa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere

Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"
13 minuti fa

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini
14 minuti fa

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
24 minuti fa

Iraq, Crosetto "Concluso il rientro delle nostre Forze Armate, si apre nuova fase"
29 minuti fa

Lilt, al via la campagna Nastro Rosa per la prevenzione del tumore al seno
29 minuti fa

Diabete e obesità, Novo a EASD: le novità su semaglutide e le opzioni terapeutiche
29 minuti fa

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
30 minuti fa

Sport

La Fifa accusa l'Uefa: "Porta avanti una campagna di disinformazione"
2 ore fa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Condividi:

Facebook X

#adnkronos #ultimora

Condividi

Poker Italia alla Turchia, gli azzurri riscattano il ko col Belgio
2 ore fa

Mancini tira dritto, largo ai giovani: "Si può vincere giocando di squadra"
20 ore fa

Juventus, ufficiale il ritorno di Neto: contratto sino a giugno 2027
20 ore fa

Dal Mondiale alla WNBA, è super Zandalasini: "LA 2028? Dobbiamo crederci" / Video
1 giorno fa

Popolare | Recente

Toro umiliato a San Siro: Cairo, il mago delle plusvalenze e delle illusioni granata
Agosto 27, 2025

Esclusiva NSC: depositata una caparra per l'acquisto del Toro?
Dicembre 9, 2024

Genoa-Torino 3-0: Urbano Cairo e il disastro annunciato
Febbraio 22, 2026

Superga profanata: l'odio malato dei tifosi bianconeri sui social
Agosto 21, 2025

Cairo ha gia ceduto il Toro? Tutti i dettagli
Novembre 19, 2024

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NONSOLOCALCIO.NEWS

www.ecostampa.it

Top News

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Fabrizio Gerolla · 11 minuti fa Ultimo aggiornamento: Settembre 29, 2026 minuto di lettura

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai

Top News

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
11 minuti fa

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
11 minuti fa

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"
12 minuti fa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Condividi:

Facebook X

#adnkronos #ultimora

Condividi

Fabrizio Gerolla

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia
12 minuti fa

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale
13 minuti fa

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"
24 minuti fa

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"
26 minuti fa

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro
26 minuti fa

Sport

La Fifa accusa l'Uefa: "Porta avanti una campagna di disinformazione"
1 ora fa

Poker Italia alla Turchia, gli azzurri riscattano il ko col Belgio
1 ora fa

Mancini tira dritto, largo ai giovani: "Si può vincere giocando di squadra"
19 ore fa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il (Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione 'Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

www.ecostampa.it

[D´Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714´ per progetto ´Origini Edition´, valorizzare eccellenze"]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

NOTIZIAOK.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NOTIZIAOK.IT

www.ecostampa.it

contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714 ´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NOTIZIAOK.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e (Adnkronos) - Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) – Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso."Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano – spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta – utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa – prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie – ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi – e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione – dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia.

[Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

NOTIZIE.IT

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il prog... Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). Pubblicità Bollywood´s Boldest Dance Scenes Still Trending La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento. https://www.youtube.com/watch?v=6pG4xqn_aJk Continua sull´app Le notizie della tua città, in tempo reale. Apri nell´app

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - “Il lancio del panino ‘Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato ‘Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendit... (Adnkronos) – “Il lancio del panino ‘Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato ‘Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti”. Pubblicità The ‘Doomsday´ Fish Returns: Rare Creature Beached In California Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione ‘Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. “È un ´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura – spiega D´Alba – L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole”. “Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”. La denominazione ‘1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Pubblicità 10 World Cup 2026 Facts Every Football Fan Should Know ‘In quell´anno – racconta D´Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume”. Gli altri ingredienti sono “l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il general manager. Infatti, “l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali”, evidenzia D´Alba. “Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D´Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude. — economia webinfo@adnkronos.com (Web Info) Continua sull´app Le notizie della tua città, in tempo reale. Apri nell´app

[D´Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714´ per progetto ´Origini Edition´, valorizzare eccellenze"]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

NOTIZIE.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della co... (Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Pubblicità 12 Celebrity Moments So Embarrassing They Wanted To Disappear On Camera Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. Pubblicità 12 Outfit Disasters That No One Was Supposed To Know About L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Pubblicità Take A Look At What The Oscars Were Like 40 Years Ago Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. Pubblicità The Dolly Parton Moments That Made Her A True Legend È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info) Continua sull´app Le notizie della tua città, in tempo reale. Apri nell´app

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NOTIZIE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

immagine

Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill ... Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura. Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Pubblicità Laura San Giacomo Has Changed So Much Over The Years See What She Looks Like Today https://www.youtube.com/watch?v=QUxrIfzjGXw Continua sull´app Le notizie della tua città, in tempo reale. Apri nell´app

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NOTIZIE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è... (Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Pubblicità The OC Cast Now: Real Age And Life Partners Revealed Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info) Continua sull´app Le notizie della tua città, in tempo reale. Apri nell´app

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NOTIZIEDI.IT

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia. Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori.Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno.La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana.E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. Consulta Mappe Interattive LATEST POSTS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NOTIZIEDI.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): Lancio Piacenza 1714' per progetto Origini Edition', valorizzare eccellenze

(Adnkronos) Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura spiega D´Alba L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco approfondisce e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando aggiunge Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno racconta D´Alba il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali, evidenzia D´Alba. Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti approfondisce D´Alba Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude. LATEST POSTS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NOTIZIEDI.IT

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Notizie Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Risorse linguistiche Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NOTIZIEDI.IT

www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714 ´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. LATEST POSTS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NOTIZIEDI.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Abbonati Ai Giornali Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. LATEST POSTS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Ultima Ora

- Advertisment -

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

di **AdnKronos** 29 Settembre 2026

1 0

PIÙ LETTI

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027
29 Settembre 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
29 Settembre 2026

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
29 Settembre 2026

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia
29 Settembre 2026

Carica altri

Condividi

- Advertisement -

- Advertisement -

"Il lancio del panino '**Piacenza 1714**', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato '*Origini Edition*'. **Autogrill** si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così **Luca D'Alba**, General Manager Italy F&B di **Avolta**, intervenendo oggi a **Piacenza** alla presentazione del panino lanciato da **Autogrill**, parte di **Avolta**, l'ultimo della selezione '*Origini Edition*' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra **Autogrill**, parte di **Avolta** e la **Fondazione Qualivita**, con il sostegno della **Fipe** (Federazione italiana pubblici esercizi) e del **Ministero dell'Agricoltura** – spiega **D'Alba** – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'**Unesco** – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino **Piacenza** è fatto ovviamente con la **Coppa Piacentina Dop**".

La denominazione '**1714**' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del **Collegio Alberoni** e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta **D'Alba** – il cardinale **Alberoni**, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di **Piacenza** e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'**Asiago Dop Fresco**, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'**Aceto Balsamico di Modena Igp**", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di **Autogrill** è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia **D'Alba**. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino **Piacenza**, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al **Prosciutto di Carpegna**, alla **Burrata di Andria** e alla **Mozzarella di Gioia del Colle**, oltre ad altri ingredienti – approfondisce **D'Alba** – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

- Advertisement -

TAGS Autogrill DOP IGP eccellenze italiane enogastronomia Origini Edition

COMMENTI RECENTI

Il racconto di fine estate: i festival culturali in Italia dal 15 al 30 settembre – Cronache Creative su *Il racconto di fine estate: i festival culturali in Italia dal 15 al 30 settembre*

Istria d'autunno: gin, prosciutto, Terrano e tartufi tra settembre e ottobre ANDARE A TARTUFI su *Istria d'autunno: gin, prosciutto, Terrano e tartufi tra settembre e ottobre*

Pietrasanta | Art Gallery Cesello - Andrea Benetti su *Andrea Benetti a Pietrasanta con PY43 · Órigo, mostra sull'origine del linguaggio visivo*

Dav su *Marilyn Manson, vendetta e redenzione in 'One Assassination Under God – Chapter 2'*

Fabio su *Marilyn Manson, vendetta e redenzione in 'One Assassination Under God – Chapter 2'*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

oblo.it
il primo quotidiano web italiano

Ultima Ora

- Advertisment -

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

di **AdnKronos** 29 Settembre 2026

2 0

Condividi

- Advertisement -

PIÙ LETTI

Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”
29 Settembre 2026

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027
29 Settembre 2026

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav
29 Settembre 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): “Bene panino Piacenza 1714”
29 Settembre 2026

Carica altri

- Advertisement -

Autogrill presenta **Piacenza 1714**, la nuova proposta del progetto *Origini Edition* che celebra la **Coppa Piacentina Dop**, l’**Asiago Dop Fresco** e l’**Aceto Balsamico di Modena Igp**, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso **Palazzo Farnese** a **Piacenza**, alla quale hanno partecipato: **Katia Tarasconi**, sindaco di **Piacenza**, **Alessio Mammi**, assessore regionale dell’**Emilia-Romagna**, **Luca D’Alba**, general manager Italy F&B di **Avolta**, **Mauro Rosati**, direttore generale della **Fondazione Qualivita**, **Cesare Baldrighi**, presidente di **Origin Italia** e i rappresentanti delle

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del **Collegio Alberoni** e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale **Giulio Alberoni**, originario del territorio di **Piacenza** e primo ministro alla corte di **Spagna** di **Filippo V**, svelò l'immenso valore della norcineria locale: **Alberoni**, infatti, faceva costantemente arrivare in **Spagna** i salumi della propria terra – e in particolare della **Coppa Piacentina Dop**, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. **Piacenza 1714** diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto *Origini Edition* – lanciato ad aprile a **Roma**, alla presenza del ministro della **Agricoltura Francesco Lollobrigida**, in collaborazione con **Fondazione Qualivita** e con il sostegno di **Masaf** e **Fipe** – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete **Autogrill**. Si tratta della quarta ricetta della linea **Autogrill**, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: **Carpegna 1463**, **Andria 1931** e **Gioia 1922**. Anche con **Piacenza 1714**, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di **Autogrill**, attraverso *Origini Edition*, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come **l'Italia** – oggi il numero uno in **Europa** per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in **Italia** e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta **Avolta**, di cui **Autogrill** fa parte dal 2023 a seguito della business combination con **Dufry**. Oggi **Avolta** (il primo azionista è l'italiana **Edizione**) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in **Italia**, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, **Autogrill** è il brand di **Avolta** leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La **Coppa Piacentina Dop** e l'**Aceto Balsamico di Modena Igp** sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato **Mammi** – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. **L'Emilia-Romagna** è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"*Origini Edition* è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha

COMMENTI RECENTI

Il racconto di fine estate: i festival culturali in Italia dal 15 al 30 settembre – Cronache Creative su *Il racconto di fine estate: i festival culturali in Italia dal 15 al 30 settembre*

Istria d'autunno: gin, prosciutto, Terrano e tartufi tra settembre e ottobre ANDARE A TARTUFI su *Istria d'autunno: gin, prosciutto, Terrano e tartufi tra settembre e ottobre*

Pietrasanta | Art Gallery Cesello - Andrea Benetti su *Andrea Benetti a Pietrasanta con PY43 · Órigo, mostra sull'origine del linguaggio visivo*

Dav su *Marilyn Manson, vendetta e redenzione in 'One Assassination Under God – Chapter 2'*

Fabio su *Marilyn Manson, vendetta e redenzione in 'One Assassination Under God – Chapter 2'*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

detto **D'Alba** – raccontando il valore della *Cucina Italiana*, riconosciuta patrimonio **Unesco**, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di **Piacenza 1714**, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo **Rosati** "**Piacenza** è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino '**Piacenza 1714**', che affianca alla **Coppa Piacentina DOP** prodotti d'eccellenza come l'**Asiago DOP** e l'**Aceto Balsamico di Modena IGP**, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete **Autogrill**. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per **Cesare Mazzetti**, presidente del **Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena** "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da **Autogrill**, **Fondazione Qualivita** e **Origin Italia** nel progetto del Panino **Piacenza 1714**, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'**Aceto Balsamico di Modena IGP** testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano."

"È certamente una grande soddisfazione per il **Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini** vedere un panino con la **Coppa Piacentina Dop**, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il **Formaggio Asiago Dop** e l'**Aceto Balsamico di Modena Igp**, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome '**Piacenza 1714**'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente **Autogrill** e la **Fondazione Qualivita**, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a **Piacenza**, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di **Palazzo Farnese** dedicata alla **Regina Elisabetta Farnese**, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per **Fiorenzo Rigoni**, presidente del **Consorzio Tutela Formaggio Asiago** "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come **Consorzio di Tutela** siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del **formaggio Asiago DOP**, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori."

- Advertisement -

TAGS Autogrill dop igp panino Piacenza

Articolo precedente
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Articolo successivo
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

ARTICOLI CORRELATI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

oblo.it
il primo quotidiano web italiano

Ultima Ora

- Advertisment -

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

di **AdnKronos** 29 Settembre 2026

2 0

Condividi

- Advertisement -

PIÙ LETTI

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027
29 Settembre 2026

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
29 Settembre 2026

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"
29 Settembre 2026

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia
29 Settembre 2026

Carica altri

- Advertisement -

"Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad **Autogrill**, in collaborazione con la **Fondazione Qualivita** e anche con i **Consorzi di tutela**. Oggi parliamo di '*Piacenza 1714*', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'*Asiago*, e un'Igp, l'*Aceto Balsamico di Modena*. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma **Mauro Rosati**, direttore della **Fondazione Qualivita**, in occasione della presentazione, oggi a

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Piacenza, del panino della serie '*Origini Edition*' di **Autogrill**, parte di **Avolta**, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di **Autogrill** aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai **consorzi di tutela** e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come **Autogrill** può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

- Advertisement -

TAGS Autogrill dop igp made in italy Qualivita

Articolo precedente
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Articolo successivo
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ARTICOLI CORRELATI

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Berlusconi, una maxi torta per 90 anni a Napoli: 17 chili con busto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Mistico (Alfa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"

Rocca: "Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea"

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

COMMENTI RECENTI

Il racconto di fine estate: i festival culturali in Italia dal 15 al 30 settembre – Cronache Creative su *Il racconto di fine estate: i festival culturali in Italia dal 15 al 30 settembre*

Istria d'autunno: gin, prosciutto, Terrano e tartufi tra settembre e ottobre ANDARE A TARTUFI su *Istria d'autunno: gin, prosciutto, Terrano e tartufi tra settembre e ottobre*

Pietrasanta | Art Gallery Cesello - Andrea Benetti su *Andrea Benetti a Pietrasanta con PY43 · Órigo, mostra sull'origine del linguaggio visivo*

Dav su *Marilyn Manson, vendetta e redenzione in 'One Assassination Under God – Chapter 2'*

Fabio su *Marilyn Manson, vendetta e redenzione in 'One Assassination Under God – Chapter 2'*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OCCHIOCHE NEWSNEWS

OCCHIOCHE NEWSNEWS

Home Politica Cronaca Sostenibilità Video News

Search... Search

Autogrill presenta ‘Piacenza 1714’, il panino di ‘Origini Edition’ che celebra i prodotti Dop e Igp

Home
Politica
Cronaca
by Redazione 29 Settembre 2026
Sostenibilità

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ‘Piacenza 1714’, quarta ricetta del progetto ‘Origini Edition’ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L’iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell’agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OCCHIOCHE.COM

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

by Redazione 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

ADVERTISEMENT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

OCCHIOCHE.COM

www.ecostampa.it

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

ADVERTISEMENT

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

ADVERTISEMENT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

ADVERTISEMENT

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

by RedazionePublished Settembre 29, 2026

Add a Comment

Top News

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OCCHIOCHE.COM

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione 1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

OCCHIOCHE.COM

www.ecostampa.it

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info) Lascia un commento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Lascia un commento

[Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana´]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

OCCHIOCHE NEWSNEWS

OCCHIOCHE NEWSNEWS

Home Politica Cronaca Sostenibilità Video News

Search... Search

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Home
Politica
Cronaca
Sostenibilità
Video News
Home
contatti

by Redazione 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

ADVERTISEMENT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OCCHIOCHE.COM

www.ecostampa.it

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

ADVERTISEMENT

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

ADVERTISEMENT

—

ADVERTISEMENT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

by RedazionePublished Settembre 29, 2026

Add a Comment

Top News

1

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

2

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

3

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

4

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OGLIOPONEWS.IT

www.ecostampa.it

OglioPoNews
Il quotidiano online del Casalasco-Viadanese

NAZIONALI | Oggi alle 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

OGLIOPONEWS.IT

www.ecostampa.it

Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

OGLIOPONEWS.IT

www.ecostampa.it

Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Fonte www.adnkronos.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Condividi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ECONOMIA

29/09/2026 14:50 (Pal/Labitalia) @Adnkronos

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp."È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole"."Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio

IN PRIMO PIANO

Olbia, minacce e incitazione alla violenza sui social contro il sindaco Nizzi: denunciato l'autore

Sport, wellness e qualità della vita, scopri il programma della Longevity Weeks Costa Smeralda 2026

A Santa Teresa Gallura omaggio a Grazia Deledda con Laura Morante

Il 2 di ottobre a Olbia concerto al Musmat con il duo Mattu-Oliviero

Olbia celebra Tony De Rosas all'Archivio Mario Cervo con Narami

L'onda infinita di Raimondo Gasperini: la leggenda del windsurf compie 60 anni

Porto Cervo non chiude: ecco la mappa dei locali che resistono oltre l'estate

Al via la quarta edizione del Festival dell'Aerospazio a Olbia

Rolex e Patek nei barattoli di vernice: scoperta a Olbia la boutique clandestina del falso

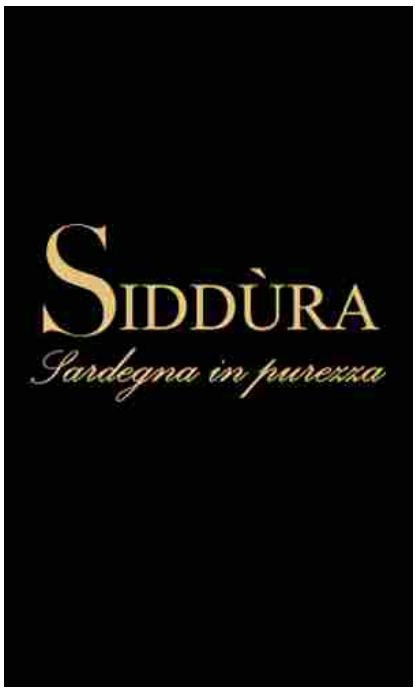
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

LEGGI ANCHE

Olbia, illegittima l'ordinanza anti-cibo ai cani randagi: il Tar blocca la strategia di Nizzi



LE NOTIZIE PIÙ LETTE

- Il Cala di Volpe approda all'Harry's bar di Londra
- Disservizio idrico a Olbia mercoledì 10 aprile, ecco dove
- Auto in fiamme a Loiri Porto San Paolo
- Olbia celebra Tony De Rosas all'Archivio Mario Cervo con Narami
- L'onda infinita di Raimondo Gasperini: la leggenda del windsurf compie 60 anni
- A Olbia atterrati i jet della famiglia Berlusconi per l'ultimo pranzo a Villa Certosa
- Olbia, minacce e incitazione alla violenza sui social contro il sindaco Nizzi: denunciato l'autore
- "Un arcipelago senza plastica": dal 2018 al servizio dell'ambiente
- Nave merci "pericolosa" sotto sequestro a Olbia
- Esce fuori strada sulla Palau- Santa Teresa Gallura

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

OlbiaNotizie
L'informazione al vostro servizio
Filo diretto con OlbiaNotizie
CI TROVI ANCHE SUI SOCIAL

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ECONOMIA

29/09/2026 15:02 (Redazione/Adnkronos) @Adnkronos

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere

IN PRIMO PIANO

Olbia, minacce e incitazione alla violenza sui social contro il sindaco Nizzi: denunciato l'autore

Sport, wellness e qualità della vita, scopri il programma della Longevity Weeks Costa Smeralda 2026

A Santa Teresa Gallura omaggio a Grazia Deledda con Laura Morante

Il 2 di ottobre a Olbia concerto al Musmat con il duo Mattu-Oliviero

Olbia celebra Tony De Rosas all'Archivio Mario Cervo con Narami

L'onda infinita di Raimondo Gasperini: la leggenda del windsurf compie 60 anni

Porto Cervo non chiude: ecco la mappa dei locali che resistono oltre l'estate

Al via la quarta edizione del Festival dell'Aerospazio a Olbia

Rolex e Patek nei barattoli di vernice: scoperta a Olbia la boutique clandestina del falso

Olbia, illegittima l'ordinanza anti-cibo ai cani randagi: il Tar blocca la strategia di Nizzi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40."Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e

LE NOTIZIE PIÙ LETTE

Il Cala di Volpe approda all'Harry's bar di Londra

Auto in fiamme a Loiri Porto San Paolo

Disservizio idrico a Olbia mercoledì 10 aprile, ecco dove

Olbia celebra Tony De Rosas all'Archivio Mario Cervo con Narami

A Olbia atterrati i jet della famiglia Berlusconi per l'ultimo pranzo a Villa Certosa

L'onda infinita di Raimondo Gasperini: la leggenda del windsurf compie 60 anni

Olbia, minacce e incitazione alla violenza sui social contro il sindaco Nizzi: denunciato l'autore

"Un arcipelago senza plastica": dal 2018 al servizio dell'ambiente

Nave merci "pericolosa" sotto sequestro a Olbia

Esce fuori strada sulla Palau- Santa Teresa Gallura

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano"."È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

alimentari dei consumatori".

LEGGI ANCHE

OlbiaNotizie
L'informazione al vostro servizio

OlbiaNotizie.it © 2026 Damos Editore S.r.l.s
P.IVA 02650290907

Giornale quotidiano online iscritto nel registro stampa del Tribunale di Tempio Pausania, decreto n°1/2016 V.G. 248/16 depositato il 01.04.2016

CERCA

Filo diretto con OlbiaNotizie

SCRIVI AL DIRETTORE
SCRIVI ALLA REDAZIONE
SEGNALA UNA NOTIZIA
SEGNALA UN EVENTO

redazione@olbianotizie.it

CI TROVI ANCHE SUI SOCIAL

REDAZIONE PUBBLICITÀ PRIVACY E COOKIES NOTE LEGALI ARCHIVIO

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la cookie policy.
Maggiori Informazioni

Ho capito

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ECONOMIA

29/09/2026 14:51 | (Red-Lab/Labitalia) @Adnkronos

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

LEGGI ANCHE

IN PRIMO PIANO

Olbia, minacce e incitazione alla violenza sui social contro il sindaco Nizzi: denunciato l'autore

Sport, wellness e qualità della vita, scopri il programma della Longevity Weeks Costa Smeralda 2026

A Santa Teresa Gallura omaggio a Grazia Deledda con Laura Morante

Il 2 di ottobre a Olbia concerto al Musmat con il duo Mattu-Oliviero

Olbia celebra Tony De Rosas all'Archivio Mario Cervo con Narami

L'onda infinita di Raimondo Gasperini: la leggenda del windsurf compie 60 anni

Porto Cervo non chiude: ecco la mappa dei locali che resistono oltre l'estate

Al via la quarta edizione del Festival dell'Aerospazio a Olbia

Rolex e Patek nei barattoli di vernice: scoperta a Olbia la boutique clandestina del falso

Olbia, illegittima l'ordinanza anti-cibo ai cani randagi: il Tar blocca la strategia di Nizzi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHE TEMPO FA

RUBRICHE

- Level Up
- Non solo fumetti
- Controluce
- Ristorante didattico Inizio
- Itinerarium
- La storia intorno a noi
- Mangiare consapevolmente
- Il punto di Beppe Gandolfo
- L'oroscopo di Corinne
- In e-bike nel Vco
- La voce dei lettori
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery
- ADV

ACCADEVA UN ANNO FA

Sanità
Icardi: "Il Piemonte più vicino ai cittadini: radiologia e servizi specialistici direttamente al domicilio"

Provincia
La provincia incontra la Fondazione Crt: confronto su opportunità e progetti

Eventi
"R-Esistenze": si celebra l'81° anniversario dell'eccidio al Sasso di Finero

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

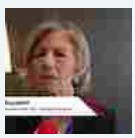
Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

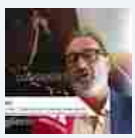
Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"



Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OSSOLANEWS.IT

www.ecostampa.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OSSOLANEWS.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OSSOLANEWS.IT

www.ecostampa.it

visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Copyright © 2016 - 2026 Ultravox srl - Corso Dissegna 2, 28845 Domodossola (VB) - P.IVA/C.F. 02344090036 - Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura del Verbano Cusio Ossola
REA VB-201161 - Capitale sociale: 10.000 € i.v. - **ultravox@sicurezzapostale.it** - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHE TEMPO FA

RUBRICHE

- Level Up
- Non solo fumetti
- Controluce
- Ristorante didattico Inizio
- Itinerarium
- La storia intorno a noi
- Mangiare consapevolmente
- Il punto di Beppe Gandolfo
- L'oroscopo di Corinne
- In e-bike nel Vco
- La voce dei lettori
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery
- ADV

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Escursionisti sorpresi dal freddo in Val Bognanco, salvati dall'elicottero dei vigili del fuoco

Provincia
La provincia incontra la Fondazione Crt: confronto su opportunità e progetti

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OSSOLANEWS.IT

www.ecostampa.it

Sport
Vertikal Tovo 2025, record da battere e Supertris: gemellaggio con Morrisolo e Vertical Tube

Leggi tutte le notizie

collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OSSOLANEWS.IT

www.ecostampa.it

DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Copyright © 2016 - 2026 Ultravox srl - Corso Dissegna 2, 28845 Domodossola (VB) - P.IVA/C.F. 02344090036 - Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura del Verbano Cusio Ossola
REA VB-201161 - Capitale sociale: 10.000 € i.v. - **ultravox@sicurezzapostale.it** - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

CHE TEMPO FA

RUBRICHE

- Level Up
- Non solo fumetti
- Controluce
- Ristorante didattico Inizio
- Itinerarium
- La storia intorno a noi
- Mangiare consapevolmente
- Il punto di Beppe Gandolfo
- L'oroscopo di Corinne
- In e-bike nel Vco
- La voce dei lettori
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery
- ADV

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
Memoria e Resistenza: Domodossola ricorda l'81° anniversario della Repubblica dell'Ossola

Viabilità e trasporti
Autostrada A26, tutti i cantieri attivi questa settimana

Eventi
Motori e inclusione: ancora un successo per Happy Rally Day

Leggi tutte le notizie

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OSSOLANEWS.IT

www.ecostampa.it

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

OSSOLANEWS.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Padova24ore.it

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

WhatsApp

- Pubblicità -

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ´Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Tags

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Padova24ore.it
www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

WhatsApp
- Pubblicità -
(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.
Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40.
"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITQQ67

Padova24ore.it
www.ecostampa.it

dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".
"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".
Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".
"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Padova24ore.it

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Home Video Rosati (Fondazione Qualivita), ´panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana´
Rosati (Fondazione Qualivita), ´panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana´
WhatsApp
- Pubblicità -
"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana.
Tags

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

POSTED BY: REDAZIONE WEB 29 SETTEMBRE 2026

29 settembre 2026 | 14.51

LETTURA: 1 minuti

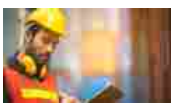
"Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante

WELFARE IMPRENDITORIALE: "CHI SI PRENDE CURA DI CHI SI PRENDE CURA?"

Turismo, dagli affreschi alla street art: Padova guarda al futuro con le guide turistiche

EDICOLE: NUOVI CONTRIBUTI PER LE SPESE SOSTENUTE NEL 2025

Ritrovata e restaurata la Cappella di San Massimo nel Palazzo vescovile


Sicurezza in cantiere: richiedi il check up gratuito per la tua impresa

Riforma dell'artigianato, Dall'Aglio: «Crescere non significa smettere di essere artigiani»

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

(Adnkronos – Lavoro)

SHARE TWEET PIN SHARE

Previous post Next post

BE THE FIRST TO COMMENT

ON "ROSATI (QUALIVITA): "PIACENZA 1714 PROGETTO MOLTO IMPORTANTE""

Leave a comment

Devi essere connesso per inviare un commento.

Dati alla mano: AI, automazione e strumenti digitali per l'impresa

Iran, Araghchi: "Nessuna flessibilità sul nucleare". Teheran attende la risposta Usa su Hormuz

Usa venderanno armi alla Cina? A Washington negano esistenza piani e Pechino glissa

Iraq, Crosetto "Concluso il rientro delle nostre Forze Armate, si apre nuova fase"

Pnrr, trasmessa alla Commissione Ue la richiesta di pagamento dell'ultima rata

Alberto Gilardino è il nuovo allenatore del Parma

Friuli-Venezia Giulia, Anzil "A Grado mille atleti per i Campionati italiani dei 10 km su strada"

Nasce Fondazione Systema, l'Alleanza per rafforzare la competitività delle imprese

Padovanews è un periodico iscritto nel Registro della stampa del Tribunale di Padova (numero iscrizione 2072 del 07/03/2007) Editore: Associazone di promozione sociale "Mescool - network creativo indipendente". Iscrizione al registro

Utilità
Estrazioni del lotto
Oroscopo
Mostre e musei

WELFARE IMPRENDITORIALE: "CHI SI PRENDE CURA DI CHI SI PRENDE CURA?"
Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

LA TUA PUBBLICITÀ QUI

Per la tua pubblicità

INVIA SEGNALAZIONI

Radio Sound Piacenza 24
WhatsApp 333 7575246 – Invia

Messenger Radio Sound – Piacenza24

ULTIMA ORA PIACENZA

Giornata Mondiale del Cuore, oltre mille studenti sul Pubblico Passeggio in nome della cultura del soccorso: "Non abbiate paura di usare il defibrillatore" – AUDIO, VIDEO, FOTO

Piacenza 1714, il nuovo panino della linea Autogrill porta in viaggio le eccellenze del nostro territorio – AUDIO

SPORT

Ciclismo – Matilde Rossignoli e Alessia Orsi (Bft Burzoni VO2 Team Pink) in azzurro agli Europei su strada in Slovenia

- Atletica – Impresa storica a Cesena: Milo Perotti da Record Regionale, Piacenza brilla ai Campionati di Prove Multiple
- Volley, Serie B1 – Pallavolo San Giorgio si aggiudica il secondo 'Torneo Città di

Piacenza 1714, il nuovo panino della linea Autogrill porta in viaggio le eccellenze del nostro territorio – AUDIO

29 Settembre 2026 | Redazione FG | Attualità

Autogrill, leader della ristorazione per chi viaggia e parte di Avolta, **presenta Piacenza 1714**, la **nuova proposta del progetto Origini Edition** che celebra la **Coppa Piacentina DOP**, l'**Asiago DOP Fresco** e l'**Aceto Balsamico di Modena IGP**, accompagnati da crema di carciofi e songino.

La presentazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Pavia'
- Serie B – Fiorenzuola Bees, la prima della stagione è amara; al PalArquato passa Desio 91-94
- Ciclismo – Giulia Costa Staricco (Bft Burzoni VO2 Team Pink) sfreccia a Bolzano

PODCAST RADIO SOUND

LE PIÙ LETTE DELLA SETTIMANA

Piacenza 1714 è stato **presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza**, alla quale **hanno partecipato**: Katia Tarasconi, Sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, Assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, Direttore Generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, Presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze DOP e IGP che la ricetta celebra.

Perché "1714"

La denominazione "1714" nasce **da una testimonianza storica** custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, **il cardinale Giulio Alberoni**, originario del territorio di Piacenza e **primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V**, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente **arrivare in Spagna i salumi della propria terra** – e in particolare della Coppa Piacentina DOP, all'epoca conosciuta come "bondiola" – utilizzandoli come prezioso **dono diplomatico** nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così **espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori**.

Il progetto Origini Edition

Il nuovo panino **amplia il progetto Origini Edition** – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del Ministro Francesco Lollobrigida, **in collaborazione con Fondazione Qualivita** e con il sostegno di MASAF e FIPE – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della **quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte**, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così **valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane**, restituendo nel piatto la ricchezza di **un patrimonio gastronomico costruito nel tempo**.

L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la **valorizzazione dell'expertise regionale** di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette **anche nell'approvvigionamento** dell'azienda: circa **il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia** e il suo attuale **assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati**.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PIACENZA24.EU

www.ecostampa.it

Una filosofia in linea con la visione di tutta **Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry**. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una **presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita** in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand **e impiega oltre 78.000 dipendenti**, mentre, **in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio** – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – **con oltre 400 punti vendita** su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, **Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale**, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

Alessio Mammi, Assessore all'Agricoltura della Regione Emilia-Romagna

"Le nostre 46 produzioni DOP e IGP rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP sono due espressioni importanti di questo sistema, che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese".

"Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

PIACENZA24.EU

www.ecostampa.it

patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni DOP e IGP regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro".

"Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei

prodotti DOP e IGP, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate".

Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita

"Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

PIACENZA24.EU

www.ecostampa.it

viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle DOP e IGP presso un pubblico ampio e internazionale".

Cesare Mazzetti, Presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena

"Siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

Roberto Belli, Direttore del Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina DOP, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, entrare a far parte

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

PIACENZA24.EU

www.ecostampa.it

dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714".

Fiorenzo Rigoni, Presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago

"Questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Iscriviti per rimanere aggiornato!

Compilando i campi seguenti potrai ricevere le notizie direttamente sulla tua mail. Per garantire che tu riceva solo le informazioni più rilevanti, ti chiediamo gentilmente di mantenere aggiornati i tuoi dati.

Nome

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

press,commtech. the leading company in local digital advertising anso

ECONOMIA E LAVORO

La coppa sposa il formaggio Asiago, ecco il panino "Piacenza 1714" per la rete Autogrill fotogallery

di **Redazione** - 29 Settembre 2026 - 12:47 Commenta Stampa Invia notizia 1 min

Più informazioni su autogrill consorzio salumi piacentini coppa piacentina salumi piacentini dop piacenza

Presentazione a Palazzo Farnese per il nuovo panino "Piacenza 1714" che da alcuni giorni è presente nell'offerta degli Autogrill di tutta Italia. L'occasione per far conoscere in tutto il paese il salume Dop per eccellenza del nostro territorio, la coppa piacentina. Che nel nuovo panino "sposa" un formaggio di qualità come l'Asiago: un connubbio di sapori che è stato celebrato alla presenza delle autorità nella mattinata del 29 settembre.

PSmeteo Previsioni

Piacenza 26°C 14°C

GUARDA IL METEO DELLA TUA CITTÀ

ALTRE NEWS

Domina l'alta pressione, per la pioggia se ne riparla a ottobre previsioni

Commenta

PSlettere Tutte le lettere

I cattolici scelgano di stare dalla parte della pace LA LETTERA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

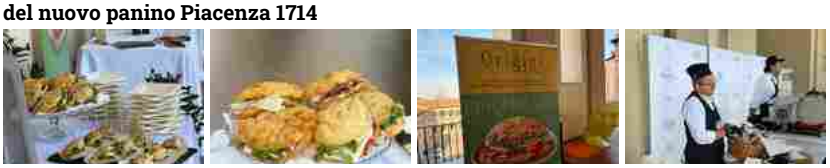
152944-ITOQ67

PiacenzaSera.it

www.ecostampa.it

Il "Piacenza 1714" rientra nella selezione Origini Edition, iniziativa sviluppata in collaborazione con Fondazione Qualivita volta a promuovere i prodotti Dop e Igp in tutta la rete Autogrill con ricette sviluppate in collaborazione con la Fondazione e i Consorzi aderenti.

GALLERIA FOTOGRAFICA **Presentazione del nuovo panino Piacenza 1714**



Tra i partecipanti all'evento anche il Sindaco di Piacenza, Katia Tarasconi, e l'Assessore all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi. Per Autogrill era presente Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta.

IN AGGIORNAMENTO

Più informazioni su: autogrill, consorzio salumi piacentini, coppa piacentina, salumi piacentini dop, piacenza

GALLERIA FOTOGRAFICA **Presentazione del nuovo panino Piacenza 1714** 4 di 14

Continue with Facebook

COMMENTI

Accedi o **registrati** per commentare questo articolo.

L'email è richiesta ma non verrà mostrata ai visitatori. Il contenuto di questo commento esprime il pensiero dell'autore e non rappresenta la linea editoriale di PiacenzaSera, che rimane autonoma e indipendente. I messaggi inclusi nei commenti non sono testi giornalistici, ma post inviati dai singoli lettori che possono essere automaticamente pubblicati senza filtro preventivo. I commenti che includano uno o più link a siti esterni verranno rimossi in automatico dal sistema.

"Settima di Gossolengo frazione dimenticata dall'amministrazione"
"Il nuovo Franzanti non perda la sua vocazione educativa e sociale"
"Mancano medici e infermieri, noi pazienti
INVIA UNA LETTERA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PRENOTA sul nostro sito

PRENOTA sul nostro sito

piazzapinerolese
Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS
Nella tua città, per la tua salute.
Giorno dopo giorno, da 25 anni

CHE TEMPO FA

ADESSO 20.3°C
MER 30 17.2°C 23.8°C
GIO 1 18.2°C 23.6°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITA'
OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

RUBRICHE

- Ambiente e Natura
- Fotogallery
- Videogallery
- io_viaggio_leggero

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Non solo Fumetti
A casa con Chiale
In sella con Sosso
Gusto e Gusti
Professione futuro

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Dal 'Canton' di Cavour si fa festa con i nonni

Attualità
Voglia di casa: in Piemonte cresce l'importo dei mutui richiesto da chi compra. A Torino servono 124mila euro

Sport
Volley: 'Time Out' non lascia, ma raddoppia!

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

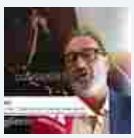
Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"


Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

piazzapinerolese
Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS
Nella tua città, per la tua salute.
Giorno dopo giorno, da 25 anni

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.1°C 24.8°C

GIO 1 18.0°C 24.9°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

- Ambiente e Natura
- Fotogallery
- Videogallery
- io_viaggio_leggero
- Non solo Fumetti
- A casa con Chiale
- In sella con Sosso
- Gusto e Gusti
- Professione futuro

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Alla vigilia dei 100 anni, il Cai di Pinerolo ha il rebus della sede

Attualità
Dal 'Canton' di Cavour si fa festa con i nonni

Sport
Volley: 'Time Out' non lascia, ma raddoppia!

Leggi tutte le notizie

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una

IN BREVE

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

PIAZZAPINEROLESE.IT

www.ecostampa.it

maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PRENOTA sul nostro sito

PRENOTA sul nostro sito

piazzapinerolese
Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS
Nella tua città, per la tua salute.
Giorno dopo giorno, da 25 anni

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.1°C 24.8°C

GIO 1 18.0°C 24.9°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITA'
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

- Ambiente e Natura
- Fotogallery
- Videogallery
- io_viaggio_leggero

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Non solo Fumetti
A casa con Chiale
In sella con Sosso
Gusto e Gusti
Professione futuro

ACCADEVA UN ANNO FA

Politica
Francesco Provenzano, "Calabrese speciale" per l'impegno nella prevenzione oncologica, ricevuto in Consiglio regionale

Attualità
Alla vigilia dei 100 anni, il Cai di Pinerolo ha il rebus della sede

Attualità
Dal 'Canton' di Cavour si fa festa con i nonni

Leggi tutte le notizie

carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PIAZZAPINEROLESE.IT

www.ecostampa.it

Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

piazzapinerolese
Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS
Nella tua città, per la tua salute.
Giorno dopo giorno, da 25 anni

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C
MER 30 17.1°C 24.8°C
GIO 1 18.0°C 24.9°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITA'
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

- Ambiente e Natura
- Fotogallery
- Videogallery
- io_viaggio_leggero

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Non solo Fumetti
A casa con Chiale
In sella con Sosso
Gusto e Gusti
Professione futuro

ACCADEVA UN ANNO FA

Sport
Volley: 'Time Out' non lascia, ma raddoppia!

Attualità
Dal 'Canton' di Cavour si fa festa con i nonni

Attualità
Alla vigilia dei 100 anni, il Cai di Pinerolo ha il rebus della sede

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IV EDIZIONE
Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PRENOTA sul nostro sito
SPAZI APERTI IN LUOGHI CHIUSI
GIORNATE DELLA LEGALITÀ
MEDAGLIA DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA
8–11 OTTOBRE 2026
UNA SOCIETÀ SI-CURA
PRENOTA sul nostro sito

MOTORI
Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino
Scopri di più

piazzapinerolese
Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS
Nella tua città, per la tua salute.
Giorno dopo giorno, da 25 anni

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.1°C 24.8°C

GIO 1 18.0°C 24.9°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

RUBRICHE

- Ambiente e Natura
- Fotogallery
- Videogallery

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
A casa con Chiale
In sella con Sosso
Gusto e Gusti
Professione futuro

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
Vigne e Medioevo: Bricherasio celebra le sue radici ma non perde di vista i problemi del presente [FOTO]

Sport
Volley: 'Time Out' non lascia, ma raddoppia!

Attualità
Alla vigilia dei 100 anni, il Cai di Pinerolo ha il rebus della sede

Leggi tutte le notizie

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PRIMOPIANO24.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino ´Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato ´Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione ´Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione ´1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ´In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude. L´articolo proviene da Primopiano24 .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PRIMOPIANO24.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

PRIMOPIANO24.IT

www.ecostampa.it

unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". L´articolo proviene da Primopiano24 .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PRIMOPIANO24.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ´Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude. L´articolo proviene da Primopiano24 .

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PRIMOPUNTO.IT

www.ecostampa.it

Autogrill presenta Piacenza 1714', il panino di Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

PRIMOPUNTO.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori prosegue Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. economia webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ULTIME NOTIZIE Sondaggio politico, Fratelli d'Italia cresce e allunga: giù Pd e M5S

IMPERIUM AUDIT
SOCIETÀ DI REVISIONE
Via Mauro Macchi n. 26 - 20124 MILANO
Tel. +39 02 98674031
Email: amministrazione@imperiumauditspa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

da Redazione—Settembre 29, 2026—VIDEO ARTICOLI Nessun commento 1 Min Lettura

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Video Adnkronos

Redazione
Profilo redazionale Quasimezzogiorno. La Redazione di Quasimezzogiorno cura notizie di attualità, cultura, economia, sport, ambiente, salute e tempo libero. Segnalazioni: info@quasimezzogiorno.com

CONTINUA A LEGGERE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

QUASIMEZZOGIORNO.COM

www.ecostampa.it

IMPERIUM AUDIT
SOCIETÀ DI REVISIONE
Via Mauro Macchi n. 26 - 20124 MILANO
Tel. +39 02 98674031
Email: amministrazione@imperiumauditspa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

da Redazione—Settembre 29, 2026—ADNKRONOS Nessun commento 3 Min Lettura

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

QUASIMEZZOGIORNO.COM

www.ecostampa.it

Redazione

Profilo redazionale Quasimezzogiorno. La Redazione di Quasimezzogiorno cura notizie di attualità, cultura, economia, sport, ambiente, salute e tempo libero. Segnalazioni: info@quasimezzogiorno.com

CONTINUA A LEGGERE

Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"

Al Bano, acrobazie a 83 anni: canta e… si arrampica sul palco – Il video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ULTIME NOTIZIE Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

Quasimezzogiorno

martedì, Settembre 29

HomeAttualitàEconomia e FinanzaSportCulturaAmbienteScienze e TecnologieSaluteSpettacoloTempo LiberoOpinioniVideoRedattori

IMPERIUM AUDIT
SOCIETÀ DI REVISIONE
Via Mauro Macchi n. 26 - 20124 MILANO
Tel. +39 02 98674031
Email: amministrazione@imperiumauditspa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

da Redazione—Settembre 29, 2026—ADNKRONOS Nessun commento 7 Min Lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

QUASIMEZZOGIORNO.COM

www.ecostampa.it

nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Redazione

Profilo redazionale Quasimezzogiorno. La Redazione di Quasimezzogiorno cura notizie di attualità, cultura, economia, sport, ambiente, salute e tempo libero. Segnalazioni: info@quasimezzogiorno.com

CONTINUA A LEGGERE

Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ULTIME NOTIZIE Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

Quasimezzogiorno

IMPERIUM AUDIT
SOCIETÀ DI REVISIONE
Via Mauro Macchi n. 26 - 20124 MILANO
Tel. +39 02 98674031
Email: amministrazione@imperiumauditspa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

da Redazione—Settembre 29, 2026—VIDEO ARTICOLI Nessun commento 1 Min Lettura

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Video Adnkronos

Redazione
Profilo redazionale Quasimezzogiorno. La Redazione di Quasimezzogiorno cura notizie di attualità, cultura, economia, sport, ambiente, salute e tempo libero. Segnalazioni: info@quasimezzogiorno.com

CONTINUA A LEGGERE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ULTIME NOTIZIE Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

Quasimezzogiorno

martedì, Settembre 29

IMPERIUM AUDIT
SOCIETÀ DI REVISIONE
Via Mauro Macchi n. 26 - 20124 MILANO
Tel. +39 02 98674031
Email: amministrazione@imperiumauditspa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

da Redazione—Settembre 29, 2026—ADNKRONOS Nessun commento 1 Min Lettura

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Redazione

Profilo redazionale Quasimezzogiorno. La Redazione di Quasimezzogiorno cura notizie di attualità, cultura, economia, sport, ambiente, salute e tempo libero. Segnalazioni: info@quasimezzogiorno.com

CONTINUA A LEGGERE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

quotidiano.net
QUOTIDIANO NAZIONALE

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento. I NOSTRI VIDEO In evidenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

quotidiano.net
QUOTIDIANO NAZIONALE
www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso. "Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori". Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno". La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana". E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. I NOSTRI VIDEO In evidenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

quotidiano.net
QUOTIDIANO NAZIONALE

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura. Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. I NOSTRI VIDEO In evidenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Editoriali Sito nazionale Pubblicità Per le imprese

IRIDE Imprese Italia
Entra nel mondo di Iride Imprese Italia
SCOPRI DI PIÙ...

QDC Quotidiano dei Contribuenti il giornale di Confedercontribuenti

EOS consulenza
Entra nel mondo di Eos consulenza
VISITA IL SITO

HOME CONTATTI LA REDAZIONE GRANDI DONNE NELLA STORIA IL NOSTRO SISTEMA SCUOLA DI FORMAZIONE
DILLO AL QUOTIDIANO

ADNKRONOS

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Quotidiano dei Contribuenti • 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita"
Source: Adnkronos

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Editoriali Sito nazionale Pubblicità Per le imprese

IRIDE Imprese Italia
Entra nel mondo di Iride Imprese Italia
SCOPRI DI PIÙ...

QDC Quotidiano dei Contribuenti il giornale di Confedercontribuenti

EOS consulenza
Entra nel mondo di Eos consulenza
VISITA IL SITO

HOME CONTATTI LA REDAZIONE GRANDI DONNE NELLA STORIA IL NOSTRO SISTEMA SCUOLA DI FORMAZIONE
DILLO AL QUOTIDIANO

ADNKRONOS

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Quotidiano dei Contribuenti • 29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani".
Source: Adnkronos

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

QUOTIDIANODELSUD.IT

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

minuti per la lettura Piacenza, 29 set. (askanews) Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso.Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia. Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori.Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno.La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana.E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. Iscriviti Commenti Facebook WhatsApp Telegram Condividi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

| 29 SETTEMBRE 2026 16:02 | 0 commenti

AdnKronos

A A A

3 minuti per la lettura

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

SFOGLIA

Cerca nell'Archivio

Cerca...

All Giornalisti
All Sezioni
All Province
All Argomenti
All Temi
Conferma

Ultimi articoli

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

QUOTIDIANODELSUD.IT

www.ecostampa.it

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri

Argomenti

Annunci Legali (2) Arte (115)
Articolo Sponsorizzato (113)
Capitale Umano e Creatività (427)
Consultazione Online (11)
Cronache (61829)
Economia (3769)
Gli Editoriali (1956)
Il dibattito e le idee (531)
Il mondo che cambia (582)
Il Palazzo (1139)
I Nord e i Sud del Mondo (577)
L'Altravoce dei Ventenni (611)
L'Altravoce del Lunedì (120)
L'intervista (452)
L'Italia Rovesciata (812)
La Bacheca delle Offerte (3)
La Card di Buttafuoco (974)
La Sfogliatella di Marassi (1214)
Le due Italie (3052) Lettere (62)
Mimì (667) Nazionale (102)
Opinioni (566) Politica (11941)
Regole e Diritti (70)
Rubriche (951)
Società e Cultura (10225)
Spettacoli (5273) Sport (7529)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

COPYRIGHT
Il Quotidiano del Sud © - RIPRODUZIONE RISERVATA

0

Valutazione dell'articolo

Iscriviti Accedi

0 COMMENTI

il Quotidiano del Sud

Abbonati a L'Altravoce il Quotidiano

Scegli la tua edizione, potrai consultarla su pc tablet e smartphone

SCOPRI I PREZZI

COMMUNITY
Facebook Quotidiano
Facebook Basilicata
Facebook Calabria
Facebook Campania
Facebook Puglia
Twitter
Youtube

META
Accedi
Feed dei contenuti
Feed dei commenti
WordPress.org

GERENZA E CONTATTI PUBBLICITÀ USO DEI COOKIE PRIVACY FAQ

Copyright Website Structure Finedit S.r.l. (P.IVA 02193320781), Sede legale Via Rossini,2 – 87040 Castrolibero (CS)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

| 29 SETTEMBRE 2026 21:02 | 0 commenti

A A A

6 minuti per la lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La

SFOGLIA

Cerca nell'Archivio

Cerca...

All Giornalisti
All Sezioni
All Province
All Argomenti
All Temi
Conferma

Ultimi articoli

Malagò loda l'Italia di Mancini: “Si vede la luce in fondo al tunnel”

La teoria del complotto dal Brasile: “Vinicius non è il vero Vinicius, è un sosia”

Energia, la Ue avverte: “Inverno sarà complicato, prezzi saranno molto alti”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli

Argomenti

Annunci Legali (2) Arte (115)
Articolo Sponsorizzato (113)
Capitale Umano e Creatività (427)
Consultazione Online (11)
Cronache (61832)
Economia (3770)
Gli Editoriali (1956)
Il dibattito e le idee (531)
Il mondo che cambia (582)
Il Palazzo (1139)
I Nord e i Sud del Mondo (577)
L'Altravoce del Ventenni (611)
L'Altravoce del Lunedì (120)
L'Intervista (452)
L'Italia Rovesciata (812)
La Bacheca delle Offerte (3)
La Card di Buttafuoco (974)
La Sfogliatella di Marassi (1214)
Le due Italie (3052) Lettere (62)
Mimì (667) Nazionale (102)
Opinioni (566) Politica (11942)
Regole e Diritti (70)
Rubriche (951)
Società e Cultura (10226)
Spettacoli (5273) Sport (7531)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

QUOTIDIANODELSUD.IT

www.ecostampa.it

organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

QUOTIDIANODELSUD.IT

www.ecostampa.it

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

COPYRIGHT
Il Quotidiano del Sud © - RIPRODUZIONE RISERVATA

0
Valutazione dell'articolo

Iscriviti Accedi

0 COMMENTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

| 29 SETTEMBRE 2026 16:02 | 0 commenti

AdnKronos

A A A

1 minuto per la lettura

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver

SFOGLIA

Cerca nell'Archivio

Cerca...

All Giornalisti
All Sezioni
All Province
All Argomenti
All Temi
Conferma

Ultimi articoli

Iraq, Crosetto "Concluso il rientro delle nostre Forze Armate, si apre nuova fase"

Diabete e obesità, Novo a EASD: le novità su semaglutide e le opzioni terapeutiche

Pnrr, trasmessa alla Commissione Ue la richiesta di pagamento dell'ultima rata

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

COPYRIGHT
Il Quotidiano del Sud © - RIPRODUZIONE RISERVATA

0
Valutazione dell'articolo

Iscriviti Accedi

0 COMMENTI

Argomenti

Annunci Legali (2) Arte (115)
Articolo Sponsorizzato (113)
Capitale Umano e Creatività (427)
Consultazione Online (11)
Cronache (61829)
Economia (3769)
Gli Editoriali (1956)
Il dibattito e le idee (531)
Il mondo che cambia (582)
Il Palazzo (1139)
I Nord e I Sud del Mondo (577)
L'Altravoce dei Ventenni (611)
L'Altravoce del Lunedì (120)
L'Intervista (452)
L'Italia Rovesciata (812)
La Bacheca delle Offerte (3)
La Card di Buttafuoco (974)
La Sfogliatella di Marassi (1214)
Le due Italie (3052) Lettere (62)
Mimì (667) Nazionale (102)
Opinioni (566) Politica (11941)
Regole e Diritti (70)
Rubriche (951)
Società e Cultura (10225)
Spettacoli (5273) Sport (7529)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Attualità

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

AdnKronos

2 minuti di lettura

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno

ACQUISTA IL GIORNALE DI OGGI

CLICCA QUI
E ACQUISTA LA TUA COPIA

ACQUISTA LE COPIE ARRETRATE

CLICCA QUI
E ACQUISTA LE TUE COPIE ARRETRATE

Articoli più popolari

L'antica necropoli di Ceglie coperta da erbacce e sterpaglie
1 ora fa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo

La difesa politica di Laforgia nei confronti della Iacovone
1 ora fa

Parco Costa Sud, completata la demolizione dei ruderi sul lungomare
1 ora fa

Murgia sotto assedio dei cinghiali e i piani di contenimento sono bloccati
1 ora fa

San Michele Arcangelo, il volto guerriero della fede cristiana
1 ora fa

Meteo

20 °C

Bari
Cielo sereno

24° - 14°
78%
2.06 km/h

Mar	Mer	Gio	Ven	Sab
24 °C	24 °C	23 °C	23 °C	22 °C

Oroscopo

Bilancia

Scorpione In compenso Venere e Marte affineranno il vostro acume e vi consentiranno di realizzare qualche buon affare

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

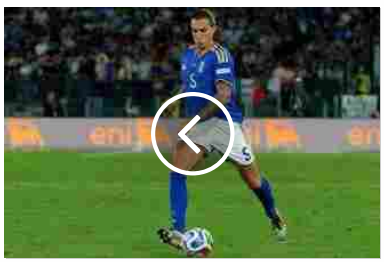
www.ecostampa.it

produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pubblicato il 29 Settembre 2026

#adnkronos #primapagina

Condividi



Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Articoli Correlati

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

7 minuti fa

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

8 minuti fa

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

9 minuti fa

Sagittario In ambito sentimentale, non avrete motivo per lamentarvi se siete in coppia: il partner sarà lieto di seguirvi e di rispondere adeguatamente alle vostre proposte più audaci e fantasiose

Capricorno Gli amici sono importanti, perciò non trascurateli: fatevi vivi anche con chi non vedete o sentite da tempo

Acquario Volgerete a vostro vantaggio varie situazioni ed una conoscenza si rivelerà un'ottima chance per la vostra

Horoscopes

Seguici su Facebook

Trovaci su Facebook

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Attualità

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

AdnKronos

5 minuti di lettura

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della

ACQUISTA IL GIORNALE DI OGGI

CLICCA QUI
E ACQUISTA LA TUA COPIA

ACQUISTA LE COPIE ARRETRATE

CLICCA QUI
E ACQUISTA LE TUE COPIE ARRETRATE

Articoli più popolari

L'antica necropoli di Ceglie coperta da erbacce e sterpaglie

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai

2 ore fa

La difesa politica di Laforgia nei confronti della Iacovone
2 ore fa

Parco Costa Sud, completata la demolizione dei ruderi sul lungomare
2 ore fa

Murgia sotto assedio dei cinghiali e i piani di contenimento sono bloccati
2 ore fa

San Michele Arcangelo, il volto guerriero della fede cristiana
2 ore fa

Meteo

Bari
Cielo sereno
20 °C
24° - 14°
78%
2.06 km/h

Mar	Mer	Gio	Ven	Sab
24 °C	24 °C	23 °C	23 °C	22 °C

Oroscopo

Bilancia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

QUOTIDIANODIBARI.IT

www.ecostampa.it

Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e

Scorpione In compenso Venere e Marte affineranno il vostro acume e vi consentiranno di realizzare qualche buon affare

Sagittario In ambito sentimentale, non avrete motivo per lamentarvi se siete in coppia: il partner sarà lieto di seguirvi e di rispondere adeguatamente alle vostre proposte più audaci e fantasiose

Capricorno Gli amici sono importanti, perciò non trascurateli: fatevi vivi anche con chi non vedete o sentite da tempo

Acquario Volgerete a vostro vantaggio varie situazioni ed una conoscenza si rivelerà un'ottima chance per la vostra

Horoscopes

Seguici su Facebook

Trovaci su Facebook

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". —economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pubblicato il 29 Settembre 2026

#adnkronos #ultimora

Condividi

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Articoli Correlati

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

_

[Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

QUOTIDIANODIFOGGIA.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

X LinkedIn Messenger Messenger WhatsApp Telegram Condividi tramite e-mail

(Adnkronos) - "Il lancio del panino ´Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato ´Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione ´Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione ´1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ´In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

-economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Tags

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

QUOTIDIANODIFOGGIA.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

X LinkedIn Messenger Messenger WhatsApp Telegram Condividi tramite e-mail

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITQQ67

rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un ´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

-economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Pubblicato il 29 Settembre 2026

Tags

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

X LinkedIn Messenger Messenger WhatsApp Telegram Condividi tramite e-mail
(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ´Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude.
-economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)
Pubblicato il 29 Settembre 2026
Tags

[Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ´Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento. POTREBBE INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it

www.ecostampa.it

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

Volume 90% EMBED Coppa Piacentina, Asiago e Balsamico nel panino Origini Edition Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all´Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso. "Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L´aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E´ la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all´iniziativa - prosegue D´Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori". Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l´assessore all´Agricoltura e all´agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno". La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l´alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L´abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana". E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all´estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall´Italia. POTREBBE INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it

www.ecostampa.it

ACCEDI PROMO FLASH

adv

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

martedì 29 settembre 2026, 14:50

Condividi

AGGIUNGI AI PREFERITI DISCOVER

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it
www.ecostampa.it

specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche.

adv

Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it

www.ecostampa.it

panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Condividi

Quotidiano di Puglia

© 2026 Quotidiano Di Puglia - C.F. e P. IVA 05501101009

Contatti Informazioni Legali Privacy Policy Cookie Policy Preferenze cookie Dichiarazione riserva TDM

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Nuovo Quotidiano di Puglia.it

www.ecostampa.it

ACCEDI PROMO FLASH

adv

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

martedì 29 settembre 2026, 15:02

Condividi

AGGIUNGI AI PREFERITI DISCOVER

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it
www.ecostampa.it

sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it

www.ecostampa.it

adv

Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it

www.ecostampa.it

della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Condividi

Quotidiano di Puglia

© 2026 Quotidiano Di Puglia - C.F. e P. IVA 05501101009

Contatti Informazioni Legali Privacy Policy Cookie Policy Preferenze cookie Dichiarazione riserva TDM

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. POTREBBE INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

NUOVO Quotidiano di Puglia .it

www.ecostampa.it

ACCEDI PROMO FLASH

adv

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

martedì 29 settembre 2026, 14:51

Condividi

AGGIUNGI AI PREFERITI DISCOVER

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Condividi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

RECNEWS.IT

www.ecostampa.it

ULTIM'ORA

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto

ULTIME DI TENDENZA RN+

ULTIM'ORA / Articolo
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

ULTIM'ORA / Articolo
Ellavox Launches Elladex to Enable Autonomous AI Agents from Different Companies to Safely Work Together

ULTIM'ORA / Articolo
RevitaLash® Cosmetics Introduces RevitaLash Peptide Complex+ Time Release Eyelash Conditioner, a Revolutionary Lash Serum Made without Prostaglandin Analogues

ULTIM'ORA / Articolo
The Bulat Utemuratov Foundation and GAAC to Establish a Regional Autism Hub for Central Asia and the South Caucasus

VIDEO / Articolo
Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

RECNEWS.IT

www.ecostampa.it

Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ARGOMENTI #ULTIMORA

ADV

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
di Adnkronos

Ellavox Launches Elladex to Enable Autonomous AI Agents from Different Companies to Safely Work Together
di Adnkronos

RevitaLash® Cosmetics Introduces RevitaLash Peptide Complex+ Time Release Eyelash Conditioner, a Revolutionary Lash Serum Made without Prostaglandin Analogues
di Adnkronos

The Bulat Utemuratov Foundation and GAAC to Establish a Regional Autism Hub for Central Asia and the South Caucasus
di Adnkronos

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"
di Adnkronos

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
di Adnkronos

Airway Therapeutics Awarded $1.9 Million NIH Grant to Advance Phase 2b/3 Study of Zelpultide Alfa for Prevention of Bronchopulmonary Dysplasia
di Adnkronos

Envision Energy Advances Global Wind Market Readiness with UL Solutions Certifications in Europe and Australia
di Adnkronos

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

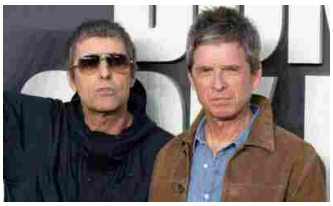
Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"
di Adnkronos

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"
di Adnkronos

ORA DI TENDENZA

ULTIM'ORA / Articolo

Manchester City, caos fair play finanziario: dal rischio retrocessione alla Champions 2023 vinta contro l'Inter, cosa



ULTIM'ORA / Articolo

Oasis, allarme secondary ticketing. Codacons annuncia esposto a Procura: "Biglietti fino a 10mila euro"

ULTIM'ORA / Articolo

UCSF Benioff Children's Hospitals Become the First US Qualified Treatment Center Contracted to Administer

ULTIM'ORA / Articolo

Tajani: "Magistrati siano più rigidi su arresti, colpirne uno per educarne cento". Anm: "Parole contrarie a Stato di diritto"

REC NEWS
Lontani dal mainstream.

MEDIA PARTNERS PRIVACY POLICY CONTATTI GUEST POST PUBBLICITÀ RASSEGNA STAMPA

© 2018-2026 Rec News - Lontani dal Mainstream. Copyright WEB121116. Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione (ROC) n. 31911. - Testata online con ricavi inferiori ai 100.000 euro esente da registrazione in Tribunale (Decreto Editoria n. 63/2012 convertito con la legge 103/2012).
Policy del Sito

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

REDAZIONENEWS.IT

www.ecostampa.it

Vuoi seguire www.redazionenews.it?

Seguici tramite Feed RSS

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29/09/2026

Spread the love

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Precedente

Successivo

Della stessa Categoria

Zidane, gaffe del giornalista dopo Belgio-Francia: “Sono con l’allenatore del Real Madrid”

29/09/2026

Acqua, Pastorello (Acea): “Mediterraneo hotspot crisi climatica, servono investimenti in resilienza”

29/09/2026

Acqua: Pastorello (Acea): “Nell’area euromediterranea gap da 1.200 mld e 28 milioni di posti di lavoro”

29/09/2026

Giungla golf car a Roma, l’assessore regionale Ghera: “A breve norma per regolamentarne l’uso”

29/09/2026

Kiev in fiamme e Mosca scrive alla Nato: “Difenderemo Kaliningrad”

29/09/2026

Usa e Cina corrono a debito. E l’Europa può smettere di essere sul menù

29/09/2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Vuoi seguire www.redazionenews.it?

Seguici tramite Feed RSS

RedazioneNews
Notizie Liguria Italia Mondo

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29/09/2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

REDAZIONENEWS.IT

www.ecostampa.it

Spread the love

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Precedente

Successivo

Della stessa Categoria

Allarme punture dimagranti, l'avvertimento di Garattini: "I rischi per lo stomaco sono altissimi"

29/09/2026

Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

29/09/2026

Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"

29/09/2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

REDAZIONENEWS.IT

www.ecostampa.it

Vuoi seguire www.redazionenews.it?
Seguici tramite Feed RSS

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29/09/2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

REDAZIONENEWS.IT

www.ecostampa.it

Spread the love

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Precedente

Successivo

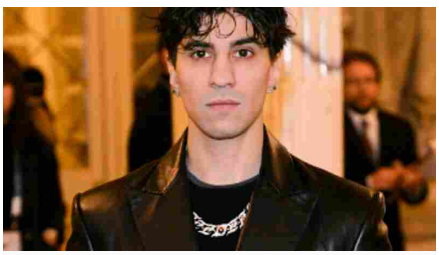
Della stessa Categoria

Allarme punture dimagranti, l'avvertimento di Garattini: "I rischi per lo stomaco sono altissimi"

29/09/2026

Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

29/09/2026



Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"

29/09/2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

REDAZIONENEWS.IT

www.ecostampa.it

Vuoi seguire www.redazionenews.it?

Seguici tramite Feed RSS

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29/09/2026

Spread the love

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Precedente

Successivo

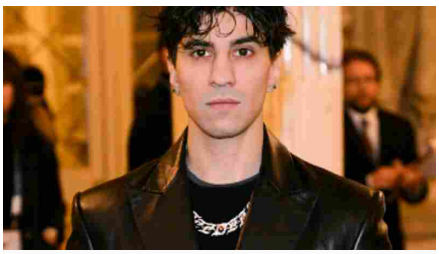
Della stessa Categoria

Allarme punture dimagranti, l'avvertimento di Garattini: "I rischi per lo stomaco sono altissimi"

29/09/2026

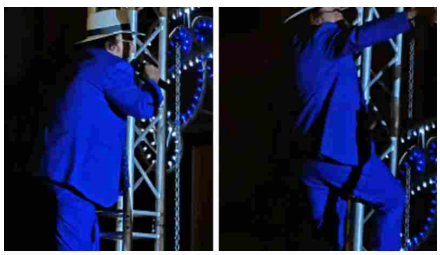
Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre

29/09/2026



Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"

29/09/2026

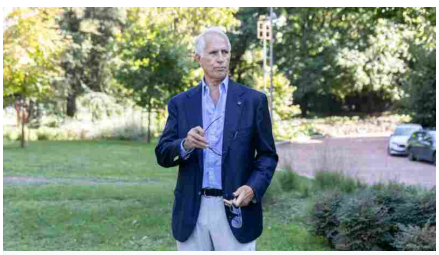


Al Bano, acrobazie a 83 anni: canta e… si arrampica sul palco – Il video

29/09/2026

Euronext-Deutsche Boerse, Testa spiega l'impatto di una possibile aggregazione per Piazza Affari

29/09/2026



Malagò loda l'Italia di Mancini: "Si vede la luce in fondo al tunnel"

29/09/2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

REDAZIONENEWS.IT

www.ecostampa.it

Vuoi seguire www.redazionenews.it?

Seguici tramite Feed RSS

RedazioneNews

Notizie Liguria Italia Mondo

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29/09/2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

REDAZIONENEWS.IT

www.ecostampa.it

Spread the love

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

'PIACENZA 1714', DA AUTOGRILL NUOVO PANINO DELLA LINEA PORTA IN VIAGGIO DOP E IGP MADE IN ITALY

Autore **webinfo@adnkronos.com (Web Info)** | mar, 29 set 2026 15:02

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle

Aggiornamenti e notizie

Etna, Catania in tilt: Air Serbia devia su Reggio Calabria. Il Tito Minniti si prepara a diventare uno scalo alternativo?

Servizio di: Giorgia Rieto ATTUALITÀ

Quello che oggi appare come un episodio eccezionale potrebbe diventare una soluzione sempre più utilizzata nelle situazioni di emergenza

mar, 29 set 2026 13:33

AIR-SERBIA *REGGIO-CALABRIA* *TITO-MINNITI* *ETNA*

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti

Reggio Calabria, il voto che parla anche attraverso chi non è andato a votare

Servizio di: Giorgia Rieto ATTUALITÀ

Il dato che più di tutti dovrebbe interrogare la politica: alle urne poco più di un elettore su cinque

mar, 29 set 2026 12:36
ELEZIONI-SUPPLETIVE *REGGIO-CALABRIA*

Sparatoria a Mannoli, arresti domiciliari per il presunto responsabile

Servizio di: Giorgia Rieto CRONACA

L'uomo è indagato per detenzione e porto illegale di arma da fuoco e lesioni personali aggravate

mar, 29 set 2026 13:16
MANNOLI *SPARATORIA* *SANTO-STEFANO*

Festività Mariane, imponente il bilancio della Polizia Locale: oltre 2mila sanzioni e nove denunce

Servizio di: Giorgia Rieto ATTUALITÀ

Quaranta agenti impegnati ogni giorno per oltre dieci giorni, con un picco di 60 operatori in occasione della processione del sabato

mar, 29 set 2026 15:25
REGGIO-CALABRIA *POLIZIA-LOCALE*

Suppletive, Toscano a Reggio TV: "Ci siamo scontrati con le corazzate"

Servizio di: Giorgia Rieto ATTUALITÀ

Il candidato ha criticato la copertura mediatica riservata alla competizione elettorale

mar, 29 set 2026 15:23
SUPPLETIVE-REGGIO-CALABRIA *TOSCANO*

Suppletive, è botta e risposta tra Craxi e Furgiuele: al centro il risultato di Futuro Nazionale

Servizio di: Giorgia Rieto POLITICA

Il risultato delle elezioni suppletive di Reggio Calabria accende il confronto politico all'interno del centrodestra

A Mimmo Lucano il "Premio Badolato di Calabria contro lo spopolamento 2026"

Servizio di: Giorgia Rieto ATTUALITÀ

Riconoscimento promosso dall'Università delle Generazioni e dedicato ai sindaci che si sono distinti per il loro impegno nel contrasto allo spopolamento

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

www.ecostampa.it

nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

mar, 29 set 2026 15:47
CENTRODESTRA SUPPLETIVE-REGGIO-CALABRIA

mar, 29 set 2026 12:27
LUCANO RIACE PREMIO-BADOLATO

Concorso Regione Calabria, scorrimento per i funzionari informatici: 9 assunzioni ad Azienda Zero

Servizio di: Giorgia Rieto ATTUALITÀ

Importante scorrimento per il profilo di Funzionario informatico – Analista Programmatore, Codice 05, nell'ambito del concorso della Regione Calabria per 54 posti

mar, 29 set 2026 16:19
AZIENDA-ZERO REGIONE-CALABRIA

Reggio Calabria, celebrazione per San Michele Arcangelo: la Polizia di Stato rende omaggio al suo Patrono

Servizio di: Giorgia Rieto ATTUALITÀ

Nella chiesa di Santo Stefano da Nicea, nel rione Archi di Reggio Calabria, si è svolta la celebrazione religiosa in onore di San Michele Arcangelo

mar, 29 set 2026 16:14
SAN-MICHELE-ARCANGELO ARCHI POLIZIA DI STATO REGGIO CALABRIA

ALTRE NOTIZIE

Associazione culturale bit01
Corsi Linux Essentials - Sicurezza informatica
Laboratori Makers - Stampa 3D
www.associazionebit01.it - info@associazionebit01.it
Linux Professional Institute
APPROVED ACADEMIC PARTNER

CANALE 77

Reggio Tv emittente televisiva presente sul digitale terrestre canale 77 visibile in tutta la regione Calabria

Avvertenza legale

Il materiale video-fotografico (telegiornale, fotografie a corredo delle news) presente su

NOTIZIE PIÙ VISUALIZZATE

CONTATTI

Per informazioni potete contattarci ai numeri che trovate nella sezione "Contatti", oppure inviare una mail agli indirizzi sotto indicati

Tel 0965 797519

amministrazione@reggiot
pubblicita@reggiotv.it
reggiotv@reggiotv.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

RETE55.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude. ---economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

RETE55.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

RETE55.IT

www.ecostampa.it

scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. ---economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

RETE55.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. ---economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Il quotidiano online del food retail

Iscriviti alla Newsletter

Aggiornato a

RISTORAZIONE MODERNA

NEWS RM MAGAZINE SVILUPPO RETE PRODOTTI

EDMSTORE CATEGORIE

#SPECIALE OSSERVATORIO THEFORK RM

Il nuovo panino Piacenza 1714 di Autogrill con i Consorzi della Fondazione Qualivita

PRODOTTI

Autogrill svela "Piacenza 1714": il nuovo panino Origini Edition

- Autogrill Qualivita Origini Edition - Autogrill panini - Autogrill Piacenza 1714 panino

Dalla **partnership tra Autogrill e Fondazione Qualivita** spunta un nuovo panino della **linea Origini Edition: il *Piacenza 1714***, con 3 eccellenze alimentari. Si tratta della **Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop Fresco** e **Aceto Balsamico di Modena Igp** protagoniste, insieme a crema di carciofi e songino, della quarta ricetta del progetto pensato per valorizzare il Made in Italy lungo tutta la rete Autogrill.

- La nuova tappa del progetto Origini Edition.
- Luca D'Alba (Avolta): "Panini pensati per unire qualità, gusto e scoperta".

La nuova tappa del progetto Origini Edition.

Il**progetto** **Origini Edition** è stato **lanciato ad aprile a Roma,** alla presenza del ministro Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe. Il programma

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

promuove i prodotti a Denominazione di origine protetta e Indicazione geografica protetta in tutta la rete Autogrill. **Ne hanno fatto parte:** ***Carpegna 1463***, ***Andria 1931*** **e** ***Gioia 1922***. Nel caso di *Piacenza 1714*, la **data fa riferimento** all'anno della **prima attestazione storica,** custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell'anno il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della **Coppa Piacentina Dop**, all'epoca conosciuta come "bondiola" - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. *Piacenza 1714* diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Luca D'Alba (Avolta): "Panini pensati per unire qualità, gusto e scoperta".

Con questa ricetta prosegue l'impegno di Autogrill per la **valorizzazione dell'expertise regionale del Paese**: "Origini Edition è pensato per offrire anche **nella ristorazione in viaggio** un'esperienza in grado di **unire qualità, gusto e scoperta** del patrimonio enogastronomico italiano, raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco - ha affermato **Luca D'Alba,** general manager Italy F&B di Avolta - Con il lancio di *Piacenza 1714*, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre

- Il ruolo dei Consorzi.
- La Dop Economy in Emilia-Romagna.

Il progetto Origini Edition è stato lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe. Il programma promuove i prodotti a Denominazione di origine protetta e Indicazione geografica protetta in tutta la rete Autogrill. Ne hanno fatto parte: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Nel caso di Piacenza 1714, la data fa riferimento all'anno della prima attestazione storica, custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell'anno l cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come "bondiola" - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Con questa ricetta prosegue l'impegno di Autogrill per la valorizzazione dell'expertise regionale del Paese: "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco - ha affermato Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta - Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Non a caso, circa il 75% degli acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande di Autogrill proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. Un network che fa bene alla filiera (Coppa Piacentina Dop compresa).

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

RISTORAZIONEMODERNA.IT

www.ecostampa.it

"L'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale", ha commentato Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita. Dello stesso avviso anche i Consorzi: "Siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto - ha affermato Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena - La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". Pensiero condiviso anche da Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago: "Questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago Dop, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
L'evento di presentazione si è tenuto nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese a Piacenza. All'appuntamento ha partecipato anche Alessio Mammi, assessore all'Agricoltura e agroalimentare della Regione Emilia-Romagna che ha ricordato il valore della Dop Economy per il territorio. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. Un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro", ha affermato." target="_self">aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Non a caso, circa **il 75% degli acquisti annuali** di **prodotti alimentari e bevande** di Autogrill **proviene da fornitori con sede in Italia** e il suo attuale assortimento comprende **oltre 60 prodotti certificati.** Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

RISTORAZIONEMODERNA.IT

www.ecostampa.it

Il ruolo dei Consorzi.

Un network che fa bene alla filiera (Coppa Piacentina Dop compresa). "**L'iniziativa** che valorizza le produzioni italiane di qualità e **sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela** nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale", ha commentato **Mauro Rosati,** direttore della Fondazione Qualivita. Dello stesso avviso anche i Consorzi: "Siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto - ha affermato **Cesare Mazzetti,** presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena - La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". Pensiero condiviso anche da **Fiorenzo Rigoni,** presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago: "Questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago Dop, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

La Dop Economy in Emilia-Romagna.

L'evento di presentazione si è tenuto nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese a Piacenza. All'appuntamento ha partecipato anche **Alessio Mammi**, assessore all'Agricoltura e agroalimentare della Regione Emilia-Romagna che ha ricordato **il valore della Dop Economy per il territorio.** "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. Un patrimonio che genera numeri straordinari: **le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro,** oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro", ha affermato.

PRODOTTI | 29 Settembre 2026 STAMPA EMAIL CONDIVIDI

| AUTOGRILL | AVOLTA | FONDAZIONE QUALIVITA | AGROALIMENTARE | PANINO

ARTICOLI CORRELATI

Autogrill presenta Andria 1931, il nuovo panino dedicato a Dop e Igp

Giu 05, 2026 Nicola Grolla

Ti è piaciuto l'articolo? Iscriviti alla newsletter e non perderti gli altri aggiornamenti.

Articolo successivo: Martin Miller's porta in Italia il suo gin in versione ZERØ Avanti

NOTIZIE DEL GIORNO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ADNKRONOS

SEGUICI:

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

DI · 29 SETTEMBRE 2026

Condividi

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati

Settembre 2026

L	M	M	G	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

« Ago

ARCHIVI

Seleziona il mese

ADNKronos

ARTICOLI RECENTI

Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

RTMWEB.IT

www.ecostampa.it

Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

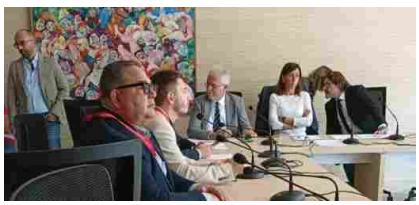
storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Tag: adnkronos ultimora

ARTICOLO PRECEDENTE
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

ARTICOLO SUCCESSIVO
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

AMBIENTE



NEWS / AMBIENTE E SALUTE
Manduria, il futuro del "Giannuzzi" affrontato in Commissione Sanità
29 SETTEMBRE 2026

NEWS / AMBIENTE E SALUTE
Ambito TA/6, attivato il Pronto Intervento Sociale: una risposta alle emergenze sociali per gli undici Comuni
29 SETTEMBRE 2026

VIDEO DEGLI ULTIMI 12 MESI

VIDEO / NEWS / POLITICA
Sava: "Informiamoci – Gaza ed Ex ILVA". Il M5S in Piazza per informare e sensibilizzare i cittadini. Video
12 OTTOBRE 2025

VIDEO / NEWS / POLITICA
Vozza (M5S): "Scriveremo il programma con i cittadini". Al via la prima fase di "Sava non può aspettare". Video
30 GIUGNO 2026

VIDEO DEL MESE

VIDEO / NEWS / SPORT
Manduria, un secolo di battiti. Video
8 SETTEMBRE 2026

VIDEO / NEWS / CULTURA E SPETTACOLO
Manduria: il regista tedesco Werner Herzog ospite a sorpresa al "Piccolo Cinema Ideale", presso l'ex monastero delle Servite. Video
17 SETTEMBRE 2026

Tutti i diritti riservati © 2022 RTM web, è vietata ogni riproduzione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ADNKRONOS

SEGUICI:

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

DI · 29 SETTEMBRE 2026

Condividi

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra.

Settembre 2026

L	M	M	G	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

« Ago

ARCHIVI

Seleziona il mese

ADNKronos

ARTICOLI RECENTI

Marmigi (Safety Expo): “La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell’impresa”

Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Tag: adnkronos ultimora

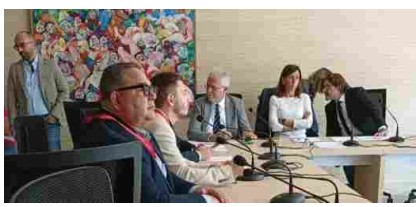
ARTICOLO PRECEDENTE
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

ARTICOLO SUCCESSIVO
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

AMBIENTE



VIDEO DEGLI ULTIMI 12 MESI

VIDEO DEL MESE

RTMWEB.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Tutti i diritti riservati © 2022 RTM web, è vietata ogni riproduzione anche parziale. RTMweb edito da RTM Srl Manduria. Testata giornalistica RTMnews, autorizzazione Tribunale di Taranto n° 389 del 20.10.1990. Direttore responsabile Patrizia Quaranta
Powered by - Progettato con il tema Hueman
Gestisci consenso cookie
Per fornire le migliori esperienze, noi e i nostri partner utilizziamo tecnologie come i cookie per memorizzare e/o accedere alle informazioni del dispositivo. Il consenso a queste tecnologie permetterà a noi e ai nostri partner di elaborare dati personali come il comportamento durante la navigazione o gli ID univoci su questo sito e di mostrare annunci (non) personalizzati. Non acconsentire o ritirare il consenso può influire negativamente su alcune caratteristiche e funzioni.
Clicca qui sotto per acconsentire a quanto sopra o per fare scelte dettagliate. Le tue scelte saranno applicate solamente a questo sito. È possibile modificare le impostazioni in qualsiasi momento, compreso il ritiro del consenso, utilizzando i pulsanti della Cookie Policy o cliccando sul pulsante di gestione del consenso nella parte inferiore dello schermo.
Funzionale
Funzionale
Sempre attivo
L´archiviazione tecnica o l´accesso sono strettamente necessari al fine legittimo di consentire l´uso di un servizio specifico esplicitamente richiesto dall´abbonato o dall´utente, o al solo scopo di effettuare la trasmissione di una comunicazione su una rete di comunicazione elettronica.
Preferenze
Preferenze
L´archiviazione tecnica o l´accesso sono necessari per lo scopo legittimo di memorizzare le preferenze che non sono richieste dall´abbonato o dall´utente.
Statistiche
Statistiche
L´archiviazione tecnica o l´accesso che viene utilizzato esclusivamente per scopi statistici. L´archiviazione tecnica o l´accesso che viene utilizzato esclusivamente per scopi statistici anonimi. Senza un mandato di comparizione, una conformità volontaria da parte del vostro Fornitore di Servizi Internet, o ulteriori registrazioni da parte di terzi, le informazioni memorizzate o recuperate per questo scopo da sole non possono di solito essere utilizzate per l´identificazione.
Marketing
Marketing
L´archiviazione tecnica o l´accesso sono necessari per creare profili di utenti per inviare pubblicità, o per tracciare l´utente su un sito web o su diversi siti web per scopi di marketing simili.
Statistiche

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

SANREMO news.it
Edizione locale IlNazionale.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SANREMO news.it
www.ecostampa.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 26.8°C

MER 30 20.7°C 26.2°C

GIO 1 21.0°C 26.1°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE
COLDIRETTI
COLDIRETTI INFORMA
CISL A. S. T. Imperia
CISL INFORMA

RUBRICHE

Festival di Sanremo
Club Tenco
Cinema
L'oroscopo di Corinne
4Zampe CANI
4Zampe GATTI
4Zampe ADOTTATI
4Zampe PERSI E TROVATI
Istituto Comprensivo Sanremo Centro Levante
Coldiretti Informa
Confartigianato Informa
CISL Informa
Stadio Aperto
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Botanicando
Accadde Oggi
L'Intervista
Artiturismo
SOS condominio
Storie di ALPIMED
Copertina
Fotogallery
Videogallery

| 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il

IN BREVE

martedì 29 settembre

Scritte fasciste sulla sede di Rifondazione, solidarietà dal PD di Coldirodi e Sanremo Centro: "La democrazia non arretra"

Liguria, aggiornato il Piano regionale per la qualità dell'aria: approvata anche la legge sulle aree idonee

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

SANREMO news.it

www.ecostampa.it

ACCADEVA UN ANNO FA

Eventi
Premio Tenco 2025, Graziella Corrent: “608 abbonamenti venduti senza presentare il cast: un caso unico”

Eventi
L’Orchestra Sinfonica di Sanremo apre la stagione 2025/2026 dopo un’estate da record: al via 'Russian Piano Music'

Attualità
Sanremo: segnalazione di degrado in via Porte Candelieri, il comune interviene in poche ore per il ripristino della fontana (Foto)

Leggi tutte le notizie

panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”.

La denominazione ‘1714’ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell'anno - racconta D’Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume”. Gli altri ingredienti sono “l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il general manager.

Infatti, “l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D’Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D’Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L’ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Merlino PUBBLICITA’ OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

Liguria, al via la campagna antinfluenzale 2026-2027: vaccino gratuito per tutta la popolazione

Condotta depuratore di Riva Ligure, la Provincia bacchetta Rivieracqua: "Comunicazioni tardive, il gestore ha deciso da solo". Ora una cabina di regia pubblica

Ventimiglia, auto finisce contro il guard rail: mobilitazione di soccorsi in autostrada (Foto)

Imperia celebra San Michele Arcangelo, patrono della Polizia di Stato

Judo, ripartenza da applausi per il Sakura Arma: argento per Liparoti e bronzo per Armonio

Ventimiglia, alla Biblioteca Aprosiana un incontro dedicato a San Francesco raccontato da Dante

Premio Tenco 2026, Sanremo torna capitale della canzone d’autore: tre serate all’Ariston e un ricco programma di eventi

Virtus Sanremese, Luca Fiuzzi è il nuovo allenatore: il tecnico arriva dopo il triennio positivo al Taggia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

SANREMO news.it 25 ANNI

Edizione locale IlNazionale.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SANREMO news.it
www.ecostampa.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 26.8°C

MER 30 20.7°C 26.2°C

GIO 1 21.0°C 26.1°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ
OGGETTI PUBBLICITARI
ETICHETTE

COLDIRETTI
COLDIRETTI INFORMA

CISL A. S. T. Imperia
CISL INFORMA

RUBRICHE

Festival di Sanremo
Club Tenco
Cinema
L'oroscopo di Corinne
4Zampe CANI
4Zampe GATTI
4Zampe ADOTTATI
4Zampe PERSI E TROVATI
Istituto Comprensivo Sanremo Centro Levante
Coldiretti Informa
Confartigianato Informa
CISL Informa
Stadio Aperto
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Botanicando
Accadde Oggi
L'Intervista
Artiturismo
SOS condominio
Storie di ALPIMED
Copertina
Fotogallery
Videogallery

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SANREMO news.it

www.ecostampa.it

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Ponte sull'Argentina, scontro in aula: "Tempistiche incerte", ma Conio conferma: "La ciclabile chiude il 13 ottobre"

Attualità
Percorsi di autonomia per persone con disabilità, Ventimiglia inaugura il 'Terzo sorriso' a Varase (Foto e video)

Politica
Marco Scajola a Nizza "RFI completerà l'adeguamento elettrico di due binari entro l'autunno: tutti i treni regionali potranno arrivare a Ventimiglia"

Leggi tutte le notizie

Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714',

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SANREMO news.it

www.ecostampa.it

che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

SANREMO news.it
www.ecostampa.it

SANREMO news.it 25 ANNI
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.4°C
MER 30 20.7°C 25.0°C
GIO 1 20.9°C 25.6°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Festival di Sanremo
- Club Tenco
- Cinema
- L'oroscopo di Corinne
- 4Zampe CANI
- 4Zampe GATTI
- 4Zampe ADOTTATI
- 4Zampe PERSI E TROVATI
- Istituto Comprensivo Sanremo Centro Levante
- Coldiretti Informa
- Confartigianato Informa

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

SANREMO news.it

www.ecostampa.it

CISL Informa
Stadio Aperto
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Botanicando
Accadde Oggi
L'Intervista
Artiturismo
SOS condominio
Storie di ALPIMED
Copertina
Fotogallery
Videogallery

connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

ACCADEVA UN ANNO FA

Politica
Sanremo, Festival 2026-2028: manca solo la delibera definitiva, la cronistoria di un percorso complesso e di un successo per il territorio

Eventi
Sanremo, confermata la pista di pattinaggio su ghiaccio in piazza Colombo per il triennio 2025-2027

Eventi
L'Orchestra Sinfonica di Sanremo apre la stagione 2025/2026 dopo un'estate da record: al via 'Russian Piano Music'

Leggi tutte le notizie

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SANREMO news.it
www.ecostampa.it

SANREMO news.it 25 ANNI
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 26.8°C
MER 30 20.7°C 26.2°C
GIO 1 21.0°C 26.1°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITÀ OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE
COLDIRETTI COLDIRETTI INFORMA
CISL A. S. T. Imperia CISL INFORMA

RUBRICHE

Festival di Sanremo
Club Tenco
Cinema
L'oroscopo di Corinne
4Zampe CANI
4Zampe GATTI
4Zampe ADOTTATI
4Zampe PERSI E TROVATI
Istituto Comprensivo Sanremo Centro Levante
Coldiretti Informa
Confartigianato Informa
CISL Informa
Stadio Aperto
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Botanicando
Accadde Oggi
L'Intervista
Artiturismo

| 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Scritte fasciste sulla sede di Rifondazione, solidarietà dal PD di Coldirodi e Sanremo Centro: "La democrazia non arretra"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

SANREMO news.it

www.ecostampa.it

ACCADEVA UN ANNO FA

Politica
Marco Scajola a Nizza "RFI completerà l'adeguamento elettrico di due binari entro l'autunno: tutti i treni regionali potranno arrivare a Ventimiglia"

Politica
Il senatore Gianni Berrino (FdI) sul ritorno di Claudio Scajola in Forza Italia: "Tutte le caselle tornano al loro posto, resta l'anomalia di Sanremo"

Attualità
Percorsi di autonomia per persone con disabilità, Ventimiglia inaugura il 'Terzo sorriso' a Varase (Foto e video)

Leggi tutte le notizie

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Liguria, aggiornato il Piano regionale per la qualità dell'aria: approvata anche la legge sulle aree idonee

Liguria, al via la campagna antinfluenzale 2026-2027: vaccino gratuito per tutta la popolazione

Condotta depuratore di Riva Ligure, la Provincia bacchetta Rivieracqua: "Comunicazioni tardive, il gestore ha deciso da solo". Ora una cabina di regia pubblica

Ventimiglia, auto finisce contro il guard rail: mobilitazione di soccorsi in autostrada (Foto)

Imperia celebra San Michele Arcangelo, patrono della Polizia di Stato

Judo, ripartenza da applausi per il Sakura Arma: argento per Liparoti e bronzo per Armonio

Ventimiglia, alla Biblioteca Aprosiana un incontro dedicato a San Francesco raccontato da Dante

Premio Tenco 2026, Sanremo torna capitale della canzone d'autore: tre serate all'Ariston e un ricco programma di eventi

Virtus Sanremese, Luca Fiuzzi è il nuovo allenatore: il tecnico arriva dopo il triennio positivo al Taggia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

29.SET

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

"Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

ARTICOLO PRECEDENTE: AUTOGRILL, MAMMI (REGIONE E.ROMAGNA): "BENE PANINO PIACENZA 1714" ❮ PREC
ARTICOLO SUCCESSIVO: NISTICÒ (AIFA): "FARMACI EQUIVALENTI LEVA PER SSN SOSTENIBILE E GARANZIA CONTRO CARENZE" AVANTI ❯

Consulente Commerciale Verisure ad Olbia

Verisure, leader nella sicurezza monitorata in Italia e in Europa, offre un'opportunità unica per costruire una carriera

...

Cocco Giardini assume Operaio Giardiniere - contratto full-time

Offerta di Lavoro: Operaio Giardiniere – Cocco (Giardini (Villasor – CA
Cocco Giardini, azienda specializzata nella realizzazione e

...

Addetto/a Vendita al Banco materiale ferramenta, elettrico, idraulico o termoidraulico

Etjca Group S.p.A., Agenzia per il Lavoro, per azienda cliente operante nella vendita di materiale da ,ferramenta, elettrico

...

Addetti/e Call Center per Assistenza Telefonica Inbound a Cagliari

Etjca Group S.p.A., Filiale di Cagliari, per un prestigioso contact center di Cagliari, ricerca un/a Addetto/a Call Center per Assistenza

...

Eurospin assume nuovi Addetti/e Vendita per il (punto vendita di Quartu Sant'Elena (CA

Offerta di Lavoro: Addetti/e Vendita – Eurospin (Quartu Sant'Elena (CA
Eurospin, azienda italiana leader nella Grande Distribuzione

...

Eurospin assume nuovo personale per il punto vendita di Selargius

Offerta di Lavoro: Addetti/e Vendita – Eurospin

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

EVENTI

SARDEGNALIVE WEB TV

Unisciti al canale WhatsApp

ADNKRONOS

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 settembre, 2026 • 13:03

Condividi la tua opinione:

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

SARDEGNALIVE.NET (WEB2)

www.ecostampa.it

ADNKRONOS

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 settembre, 2026 • 13:13

Condividi la tua opinione:

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.
Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.
"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".
"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".
Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".
"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

SARDEGNALIVE WEB TV

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

EVENTI

SARDEGNALIVE WEB TV

Unisciti al canale WhatsApp

ADNKRONOS

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 settembre, 2026 • 13:03

Condividi la tua opinione:

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

SARDEGNALIVE WEB TV

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SAVONA news

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition'che celebra i prodotti Dop e Igp

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino´Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

RIVITI

Sporting
TENDE DA SOLE - PERGO
BIOCLIMATICHE - VETRATE SCORREV
VADO LIGURE - 019.
www.sportingtend

SAVONA news

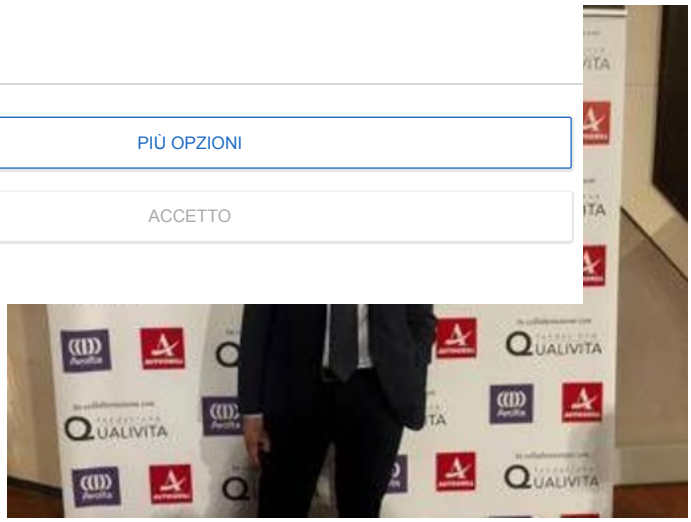
Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

PIÙ OPZIONI

ACCETTO

enza tion',



Sporting Tende
TENDE DA SOLE
PERGOTENDE - BIOCLIMATICHE
ZANZARIERE - VETRATE SCORREVOLI

COLDIRETTI
FORZA AMICA DEL PAESE
COLDIRETTI INFORMA

Confcommercio Savona
CONFCOMMERCIO INFORMA

CGIL SAVONA
CGIL INFORMA

CISL SAVONA
CISL INFORMA

RUBRICHE

L'oroscopo di Corinne
Coldiretti Informa
Confcommercio Informa
CGIL Informa
CISL Informa
#shoppingexperience
Il Salvadente
Un Occhio sul Mondo
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

SAVONA news

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

:a,
ciato da
on' che

rte di
derazione
ga D'Alba -
o
Jnesco -
r nel
traverso il
dotti di

che
raverso

pecifico, il
p".

una
ni e delle
nale
prodotto
come dono
città di
salume".
za italiana
sieme a

unico
:anti
nostri
zi e

specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ministero porti frutti abbondanti"

Leggi tutte le notizie

IN BREVE

martedì 29 settembre

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Leggi le ult

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Perché conviene abbinare giacca e stivali nello stesso stile: guida pratica

www.ecostampa.it

SAVONA news

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

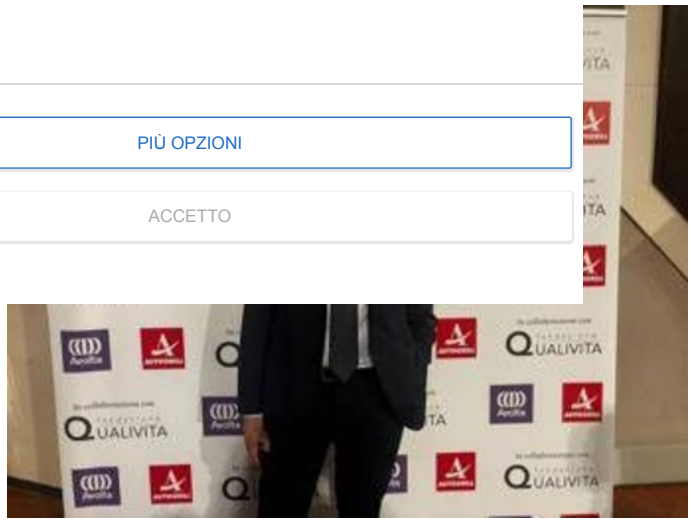
PIÙ OPZIONI

ACCETTO

LBA 10 OTTOBRE 6 DICEMBRE 2026
www.fieradeltartufo.org

Sporting
TENDE DA SOLE - PERGO
BIOCLIMATICHE - VETRATE SCORREV
VADO LIGURE - 019.
www.sportingtend

enza
tion',



Sporting Tende
TENDE DA SOLE
PERGOTENDE - BIOCLIMATICHE
ZANZARIERE - VETRATE SCORREVOLI

COLDIRETTI
FORZA AMICA DEL PAESE
COLDIRETTI INFORMA

Confcommercio Savona
CONFCOMMERCIO INFORMA

CGIL SAVONA
CGIL INFORMA

CISL SAVONA
CISL INFORMA

RUBRICHE

L'oroscopo di Corinne
Coldiretti Informa
Confcommercio Informa
CGIL Informa
CISL Informa
#shoppingexperience
Il Salvadente
Un Occhio sul Mondo
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

:a,
ciato da
on' che

SAVONA news

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

'te di
derazione
ga D'Alba -
o
Jnesco -
'r nel
traverso il
ɔdotti di

che
raverso

pecifico, il
ɔp".

una
ɔni e delle
nale
prodotto
come dono
città di
salume".
za italiana
sieme a

unico
:anti
nostri
'zi e

nel fiume Bormida: sopralluogo dei vigili del fuoco (FOTO)

Leggi tutte le notizie

specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Sei di Milano? Ricevi subito GRATIS un campione dell'apparecchio acustico

ResoundNexiaCIC | Sponsorizzato

Clicca qui

IN BREVE

martedì 29 settembre

Savona, per Via Rossello arriva il via libera della Soprintendenza: dopo lo stop per il canale sotterraneo i lavori possono ripartire

A Nicoletta Marconi il Premio "Löa Donna 2026" promosso dalla FIDAPA BPW Italy - sezione Loano-Riviera delle Palme

Alassio, nuovo traguardo internazionale per Mattia Fornaro: è bronzo agli Europei

Liguria, al via la campagna antinfluenzale 2026-2027: vaccino gratuito per tutta la popolazione

Nuovo Piano Regolatore Portuale di Genova e Savona-Vado, riparte il confronto con i comitati

San Michele Arcangelo, a Savona le celebrazioni per il Santo Patrono della Polizia di Stato

Alassio, quattro giorni di incontri tra mare, cultura e intelligenza artificiale

Fine vita, la maggioranza in Regione rinvia la proposta di legge in Commissione

Berlusconi avrebbe compiuto 90 anni, Vaccarezza: "Hai vissuto intensamente, sei stato il centro di buongoverno e libertà"

Fine vita, la proposta sul suicidio medicalmente assistito torna in commissione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

RIVITI

Sporting
TENDE DA SOLE - PERGO
BIOCLIMATICHE - VETRATE SCORREV
VADO LIGURE - 019.
www.sportingtend

SAVONA news

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

PIÙ OPZIONI

ACCETTO

Sporting Tende
TENDE DA SOLE
PERGOTENDE - BIOCLIMATICHE
ZANZARIERE - VETRATE SCORREVOLI

COLDIRETTI
FORZA AMICA DEL PAESE
COLDIRETTI INFORMA

Confcommercio Savona
CONFCOMMERCIO INFORMA

CGIL SAVONA
CGIL INFORMA

CISL SAVONA
CISL INFORMA

DOPO IL DIPLOM
SCEGLI ITS
il 90% trova lavoro entro un anno
Alfa
scopri g
www.orientament

RUBRICHE

L'oroscopo di Corinne
Coldiretti Informa
Confcommercio Informa
CGIL Informa
CISL Informa
#shoppingexperience
Il Salvadente
Un Occhio sul Mondo
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

SAVONA news

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

cellenze
da una
oni e delle
Alberoni,
di Spagna
eroni,
propria
onosciuta
nelle
osì
ori.

aprile a
llobrigida,
Masaf e
e Protetta
ratta della
elle tre
ia 1922.
ti e
piatto la
'impegno
ll'expertise
pa per
che
uisti
con sede in
i
di cui
con Dufry.
obale nel
i e con
le,
78.000
di viaggio -

soluzione

Leggi tutte le notizie

aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Leggi le ult

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Il rispetto della tua riservatezza è la nostra priorità

Noi e i nostri partner memorizziamo e/o accediamo a informazioni su un dispositivo, come i cookie, e trattiamo dati personali, come identificatori univoci e informazioni standard inviate da un dispositivo per annunci e contenuti personalizzati, misurazione di annunci e contenuti, analisi dell'audience e sviluppo dei servizi. Con la tua autorizzazione noi e i nostri 1742 partner possiamo utilizzare dati precisi di geolocalizzazione e identificazione tramite la scansione del dispositivo. Puoi fare clic per consentire a noi e ai nostri partner il trattamento per le finalità sopra descritte. In alternativa puoi fare clic per negare il consenso o accedere a informazioni più dettagliate e modificare le tue preferenze prima di acconsentire. Si rende noto che alcuni trattamenti dei dati personali possono non richiedere il tuo consenso, ma hai il diritto di opporti a tale trattamento. Le tue preferenze verranno applicate solo a questo sito web e verranno archiviate per 13 mesi in IABGPP_HDR_GppString cookie. Puoi modificare le tue preferenze o revocare il consenso in qualsiasi momento tornando su questo sito e facendo clic sul pulsante "Privacy" in fondo alla pagina web.
È anche utile notare che questo sito web/questa app utilizza uno o più servizi di Google e può raccogliere e memorizzare informazioni, tra cui a titolo esemplificativo il comportamento durante le visite o l'utilizzo da parte dell'utente. È possibile fare clic per concedere o negare il consenso a Google e ai suoi tag di terze parti riguardo all'utilizzo dei dati per gli scopi specificati di seguito nella sezione dedicata al consenso di Google.

agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

L'apparecchio acustico quasi invisibile di cui tutti parlano

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SAVONA news

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SAVONA news

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo delleccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SENZALINEA.IT

www.ecostampa.it

News dal mondo

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare ec

Redazione · 56 minuti fa

Share · 4 Min Lettura

Aa

SHARE

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri

Ultime notizie

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'
26 minuti fa · Redazione

Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"
28 minuti fa · Redazione

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini
29 minuti fa · Redazione

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
39 minuti fa · Redazione

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
44 minuti fa · Redazione

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027
53 minuti fa · Redazione

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav
53 minuti fa · Redazione

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Potrebbe piacerti anche

+ Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

+ Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"

+ Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

+ Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

+ 'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Share this Article

Facebook

PREVIOUS ARTICLE

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

NEXT ARTICLE

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

55 minuti fa ▪ Redazione

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

56 minuti fa ▪ Redazione

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

56 minuti fa ▪ Redazione

You Might Also Like

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

News dal mondo

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made

Redazione · 44 minuti fa

Share 10 Min Lettura

Aa

SHARE

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell’anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l’immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all’epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L’impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell’expertise regionale di un Paese come l’Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell’approvvigionamento dell’azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale

Ultime notizie

Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’
26 minuti fa · Redazione

Marmigi (Safety Expo): “La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell’impresa”
28 minuti fa · Redazione

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini
29 minuti fa · Redazione

Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”
39 minuti fa · Redazione

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
44 minuti fa · Redazione

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027
53 minuti fa · Redazione

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav
53 minuti fa · Redazione

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): “Bene panino Piacenza 1714”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La

55 minuti fa ▪ Redazione

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

56 minuti fa ▪ Redazione

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

56 minuti fa ▪ Redazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Potrebbe piacerti anche

+ Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

+ Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"

+ Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

+ Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

+ Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Share this Article

Facebook

PREVIOUS ARTICLE

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

NEXT ARTICLE

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

You Might Also Like

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

News dal mondo

Rosati (Qualivita): "Piaccenza 1714 progetto molto importante"

Redazione · 56 minuti fa

Share · 1 Min Lettura

Aa

SHARE

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Potrebbe piacerti anche

+ Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

+ Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"

+ Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Ultime notizie

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'
26 minuti fa · Redazione

Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"
28 minuti fa · Redazione

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini
29 minuti fa · Redazione

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
39 minuti fa · Redazione

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
44 minuti fa · Redazione

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027
53 minuti fa · Redazione

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav
53 minuti fa · Redazione

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

di **Redazione** — 29 Settembre 2026 in **Italia & Mondo** 5 MINUTI DI LETTURA 46 0

18 CONDIVISIONI 200 VISUALIZZAZIONI Condividi su Facebook Condividi su Twitter

Aggiungi S&H MAGAZINE come fonte preferita su Google

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell’Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ‘1714’ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio

GLI ARTICOLI PIÙ LETTI

Echo Show 15 e 21, i nuovi dispositivi Amazon con integrazione Alexa sempre più grandi e intelligenti 01

3134 CONDIVISIONI

02 Amazon lancia le nuove Smart TV Fire TV in Italia: Omni QLED, Serie 4 e Serie 2 per un intrattenimento completo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

LEGGI ANCHE

- **Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale**
- **Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"**
- **Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"**

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole

1414 CONDIVISIONI

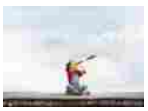
03 Chi è Drusilla Foer, la nobildonna alter ego di Gianluca Gori
2741 CONDIVISIONI

04 Le origini misteriose dei Mamuthones
2018 CONDIVISIONI

05 5 luoghi magici dove ammirare il tramonto in Sardegna
2434 CONDIVISIONI

EVENTI IN SARDEGNA

Arte come profezia: cinque artisti interpretano il futuro a San Pantaleo
29 SETTEMBRE 2026


Che cosa serve per tornare a desiderare il futuro? A Sassari e Alghero arriva il Genera Festival 2026
29 SETTEMBRE 2026

Silvia Mezzanotte e Carlo Marrale a Sassari con "Per un'ora d'amore 50th Celebration"
29 SETTEMBRE 2026

Il duo Maurino–Taufic in concerto alla Pinacoteca di Sassari
29 SETTEMBRE 2026

Ubaldo Pantani al Teatro Massimo di Cagliari con "Inimitabile"
28 SETTEMBRE 2026

La Stagione concertistica dell'Orchestra da Camera della Sardegna omaggia Franco Sale a Gavoi
28 SETTEMBRE 2026

Éntula, a Cagliari due incontri con Carolina Bello e Cristina Caboni
28 SETTEMBRE 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del

Alghero, il teatro guarda ai classici e al presente: il nuovo cartellone del CeDAC
28 SETTEMBRE 2026

LE USCITE MUSICALI DEL MESE

depositphotos

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Tags: adnkronos ultimora

Redazione

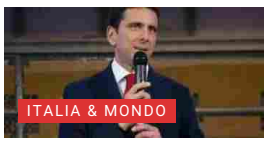
Leggi anche

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water'

29 SETTEMBRE 2026

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

29 SETTEMBRE 2026



Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

29 SETTEMBRE 2026

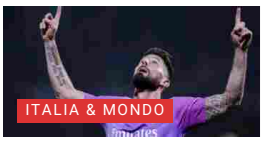
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

29 SETTEMBRE 2026

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

29 SETTEMBRE 2026

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa



Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura", conclude. — economia webinfo@adnkronos.com (Web Info)

[Rosati (Qualivita): Piacenza 1714 progetto molto importante]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

SPAZIO50.ORG

www.ecostampa.it

Spazio 50 | L'attualità oltre la notizia

ULTIM'ORA

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Redazione|29 settembre 2026|16:22

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

SPAZIO50.ORG

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti".

Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume".

Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba.

"Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

@ Riproduzione riservata

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SPAZIO50.ORG

www.ecostampa.it

Spazio 50 | L'attualità oltre la notizia

ULTIM'ORA

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Redazione|29 settembre 2026|16:44

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

@ Riproduzione riservata

POTREBBERO INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

SPAZIO50.ORG

www.ecostampa.it

Spazio 50 | L'attualità oltre la notizia

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Redazione|29 settembre 2026|16:43

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SPAZIO50.ORG

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”. “C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

@ Riproduzione riservata

POTREBBERO INTERESSARTI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.spotandweb.it
SPOT and WEB

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così - continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Articolo precedente
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Articolo successivo
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

© 2023 Copyright Spot and Web - Contatta la redazione - Spot and Web S.r.l. Via Per due Porte 1 San Genesio ed Uniti Pavia (PV) 27010 IT P.I. 02684980184 C.F.: 02684980184

ISCRIVITI
Consigli di marketing, novità digital e aggiornamenti Spotandweb.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.spotandweb.it
SPOT and WEB

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

– che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 Settembre 2026

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

ultimora

Articolo precedente
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Articolo successivo
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ISCRIVITI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

STARTUPBUSINESS.IT

www.ecostampa.it

AUTORE

ADNKRONOS

TAGS

ULTIMORA

(Adnkronos) – “Il lancio del panino ‘Piacenza 1714’, rientra all’interno di un progetto più ampio intitolato ‘Origini Edition’. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti”. Così Luca

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SUPPORTA STARTUPBUSINESS

Ti è stato utile questo articolo?

Con una piccola donazione ci aiuti a continuare a produrre contenuti indipendenti.

Vota l'articolo

Condividi

Precedente

Prossimo

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

ADNKRONOS

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ADNKRONOS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

AUTORE

ADNKRONOS

TAGS

ULTIMORA

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SUPPORTA STARTUPBUSINESS

Ti è stato utile questo articolo?

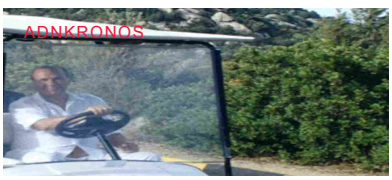
Con una piccola donazione ci aiuti a continuare a produrre contenuti indipendenti.

Vota l'articolo

Condividi

Precedente

Prossimo



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

STARTUPBUSINESS.IT

www.ecostampa.it

AUTORE

ADNKRONOS

TAGS

ULTIMORA

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l’Asiago, e un’Igp, l’Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SUPPORTA STARTUPBUSINESS

Ti è stato utile questo articolo?

Con una piccola donazione ci aiuti a continuare a produrre contenuti indipendenti.

Vota l'articolo

Condividi

Precedente

Prossimo

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

STREAM24.ILSOLE24ORE.COM

www.ecostampa.it

Italia

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

29 settembre 2026

Pubblicità

Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso. "Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa - prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori". Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno". La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana". E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

Riproduzione riservata ©

Ultimi video

Sport24
Orsato "Non esiste nessun protocollo mio, le squadre apprezzano nuova linea"

Mondo
Israele, Netanyahu: "Nemici cercheranno di attaccarci prima delle elezioni"

Mondo
Von Der Leyen su intitolazione edificio Eurocamera a Sassoli: Sua eredità è unire l'Ue

Italia
Difesa Stasi: "Contestiamo sottrazione delle prove favorevoli"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

SUDEFUTURI.IT

www.ecostampa.it

Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

immagine

(Adnkronos) Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni 40. Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, ha dichiarato Mammi che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni. Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, ha detto D´Alba raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITQQ67

ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate. Secondo Rosati Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino Piacenza 1714 ´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale. Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano. È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori. economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

tarantobuonasera.it
Buonasera

www.ecostampa.it

INTERVISTE, INCHIESTE, APPROFONDIMENTI SUI TEMI PIÙ IMPORTANTI DEL TERRITORIO
IL SETTIMANALE di Buonasera
Leggi l'edizione cartacea e digitale

ECONOMIA

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ADNKRONOS NEWS
EMAIL:
REDAZIONE@TARANTOBUONASERA.IT
29 SETTEMBRE 2026 - 15:20

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

I PIÙ LETTI
IL FATTO

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

tarantobuonasera.it
Buonasera

www.ecostampa.it

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti

Le estrazioni del Lotto, SuperEnalotto e 10 e Lotto del 26 settembre

PULSANO
Cimitero, "Soli 15 giorni per pagare oltre 12 mila euro sono insostenibili"

IL FATTO
SuperEnalotto, weekend fortunato in Puglia: 8 quote vincenti. Ecco dove

EX ILVA
"La distruzione dell'acciaieria faceva parte della strategia industriale di ArcelorMittal"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

tarantobuonasera.it
Buonasera

www.ecostampa.it

vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

TAG
adnkronos , news

Commenti scrivi/Scopri i commenti
Condividi le tue opinioni su Buonasera24
T
Caratteri rimanenti: 400
Invia

Resta aggiornato, iscriviti alla nostra newsletter
Ricevi gratuitamente, ogni giorno, le notizie più fresche direttamente via email!
Email

IL FATTO
Le estrazioni del Lotto, SuperEnalotto e 10 e Lotto del 22 settembre

VIDEO DEL GIORNO

"Attrezzature per decine di migliaia di euro nella polvere e nella sporcizia nei sottoscala del Pta". Il video shock

Newsletter Buonasera 24 Le notizie del giorno
Voglio iscrivermi! No grazie

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

tarantobuonasera.it
Buonasera

www.ecostampa.it

INTERVISTE, INCHIESTE, APPROFONDIMENTI SUI TEMI PIÙ IMPORTANTI DEL TERRITORIO
IL SETTIMANALE di Buonasera
Leggi l'edizione cartacea e digitale

ECONOMIA

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ADNKRONOS NEWS
EMAIL: REDAZIONE@TARANTOBUONASERA.IT
29 SETTEMBRE 2026 - 15:20

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

tarantobuonasera.it
Buonasera

www.ecostampa.it

1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in

I PIÙ LETTI

IL FATTO
Le estrazioni del Lotto, SuperEnalotto e 10 e Lotto del 26 settembre

PULSANO
Cimitero, "Soli 15 giorni per pagare oltre 12 mila euro sono insostenibili"

IL FATTO
SuperEnalotto, weekend fortunato in Puglia: 8 quote vincenti. Ecco dove

EX ILVA
"La distruzione dell'acciaieria faceva parte della strategia industriale di ArcelorMittal"

IL FATTO
Le estrazioni del Lotto, SuperEnalotto e 10 e Lotto del 22 settembre

VIDEO DEL GIORNO

Pesca, Lollobrigida sulele politiche europee: «Negli ultimi decenni sono state un fallimento». Il video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

tarantobuonasera.it
Buonasera
www.ecostampa.it

contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

TAG
adnkronos , news

Commenti scrivi/Scopri i commenti
Condividi le tue opinioni su Buonasera24
Caratteri rimanenti: 400
Invia

Resta aggiornato, iscriviti alla nostra newsletter
Ricevi gratuitamente, ogni giorno, le notizie più fresche direttamente via email!
Email

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

tarantobuonasera.it
Buonasera

www.ecostampa.it

INTERVISTE, INCHIESTE, APPROFONDIMENTI SUI TEMI PIÙ IMPORTANTI DEL TERRITORIO
IL SETTIMANALE di Buonasera
Leggi l'edizione cartacea e digitale

ECONOMIA

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ADNKRONOS NEWS
EMAIL: REDAZIONE@TARANTOBUONASERA.IT
29 SETTEMBRE 2026 - 15:20

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

TAG
adnkronos , news

Commenti scrivi/Scopri i commenti
Condividi le tue opinioni su Buonasera24
Caratteri rimanenti: 400
Invia

I PIÙ LETTI
IL FATTO
Le estrazioni del Lotto, SuperEnalotto e 10 e Lotto del 26 settembre

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

targatocn.it
Quotidiano online della provincia di Cuneo
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

Webcam in LIVE
Webcam

ACCADEVA UN ANNO FA

1 ANNO FA
Attualità
Virus respiratorio sinciziale: dal 1° ottobre al via la campagna di immunizzazione

1 ANNO FA
Attualità
Cuneo ancora una volta set cinematografico a cielo aperto, per un mese prestata alle riprese di "7 Anniversari"

1 ANNO FA
Attualità
Anche Cuneo e Alba tra le 100 piazze per Gaza

Leggi tutte le notizie

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

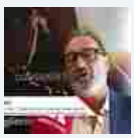
Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"


Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

targatocn.it
Quotidiano online della provincia di Cuneo
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA

Webcam in LIVE
Webcam

ACCADEVA UN ANNO FA

1 ANNO FA
Datameteo
IL METEO / Tempo stabile e fresco interrotto da qualche pioggia mercoledì

1 ANNO FA
Attualità
Auto distrutta dalle fiamme in via Meucci a Cuneo: in un video le immagini del rogo [VIDEO]

1 ANNO FA
Cronaca
Piantedosi rende omaggio all'agente delle Volanti che ha salvato un uomo a Cuneo

Leggi tutte le notizie

| 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il

IN BREVE
martedì 29 settembre

"Due Paesi - una musica", un concerto dedicato alla comunione e alla fratellanza dei popoli italiani e rumeni

Al Don Bosco di Cuneo torna "Fratello Sole, Sorella Luna" restaurato

Ceresole d'Alba, "Non è solo cibo": serata sui disturbi alimentari al Mubatt

Ceva, uffici comunali chiusi i 7 ottobre per la festa patronale

Racconigi, online il portale di Bike&More per il cicloturismo tra acqua e seta

Ceva, pulito il torrente Cevetta: lavori su 700 metri di alveo

Cherasco, mostra di acquerelli nella chiesa di San Gregorio

San Michele Arcangelo: la Polizia di Stato in festa il 29 settembre per il suo patrono

BADMINTON / Incetta di medaglie per l'Alba Shuttle al GP di Novi Ligure

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Bra: Casa e Ospedale di Comunità, al via i lavori

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

RUBRICHE

FOTOGALLERY	VIDEOGALLERY	FUORIPORTA
CHOCONEWS	QUATTROZAMPE	AMBIENTE E NATURA
CONFARTIGIANATO NOTIZIE	L'OROSCOPO DI CORINNE	DATAMETEO
RIDERE & PENSARE	IL PUNTO DI BEPPE GANDOLFO	SCHEGGE DI LUCE
STADIO APERTO	CHIEDO ALLO CHEF	STORIE DI MONTAGNA
FARINÉL	TERRE DEL MONVISO	UN OCCHIO SUL MONDO
IO_VIAGGIO_LEGGERO	NON SOLO FUMETTI	BANCA TERRITORI DEL MONVISO
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA	FUORI EXPO	GUSTO E GUSTI
CHIRURGIA DELL'ANIMA	STORIE DI ALPIMED	COPERTINA

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

www.ecostampa.it

CHE TEMPO FA

Webcam in LIVE
Webcam

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Virus respiratorio sinciziale: dal 1° ottobre al via la campagna di immunizzazione

Attualità
Anche Cuneo e Alba tra le 100 piazze per Gaza

Attualità
Auto distrutta dalle fiamme in via Meucci a Cuneo: in un video le immagini del rogo [VIDEO]

Leggi tutte le notizie

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena “siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un’iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all’Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l’identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano”.

“È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell’offerta di una rete d’eccellenza con il nome ‘Piacenza 1714’. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714”. Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago “questa collaborazione è un’occasione preziosa per portare l’eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l’importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori”.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L’ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

www.ecostampa.it

targatocn.it
Quotidiano online della provincia di Cuneo
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA
Webcam in LIVE
Webcam

ACCADEVA UN ANNO FA

1 ANNO FA
Datameteo
IL METEO / Tempo stabile e fresco interrotto da qualche pioggia mercoledì

1 ANNO FA
Cronaca
Incidente a Monasterolo di Savigliano: auto contro trattore, un ferito grave

1 ANNO FA
Attualità
Auto distrutta dalle fiamme in via Meucci a Cuneo: in un video le immagini del rogo [VIDEO]

Leggi tutte le notizie

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

IN BREVE
martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

targatocn.it
Quotidiano online della provincia di Cuneo
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA
Webcam in LIVE
Webcam

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Incidente a Monasterolo di Savigliano: auto contro trattore, un ferito grave

Eventi
Cuneo festeggia San Michele, patrono della città e della Polizia di Stato [FOTO]

Attualità
Anche Cuneo e Alba tra le 100 piazze per Gaza

Leggi tutte le notizie

| 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

IN BREVE
martedì 29 settembre

"Due Paesi - una musica”, un concerto dedicato alla comunione e alla fratellanza dei popoli italiani e rumeni

Al Don Bosco di Cuneo torna "Fratello Sole, Sorella Luna" restaurato

Ceresole d'Alba, "Non è solo cibo": serata sui disturbi alimentari al Mubatt

Ceva, uffici comunali chiusi i 7 ottobre per la festa patronale

Racconigi, online il portale di Bike&More per il cicloturismo tra acqua e seta

Ceva, pulito il torrente Cevetta: lavori su 700 metri di alveo

Cherasco, mostra di acquerelli nella chiesa di San Gregorio

San Michele Arcangelo: la Polizia di Stato in festa il 29 settembre per il suo patrono

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

BADMINTON / Incetta di medaglie per l'Alba Shuttle al GP di Novi Ligure

Bra: Casa e Ospedale di Comunità, al via i lavori

RUBRICHE

FOTOGALLERY	VIDEOGALLERY	FUORIPORTA
CHOCONEWS	QUATTROZAMPE	AMBIENTE E NATURA
CONFARTIGIANATO NOTIZIE	L'OROSCOPO DI CORINNE	DATAMETEO
RIDERE & PENSARE	IL PUNTO DI BEPPE GANDOLFO	SCHEGGE DI LUCE
STADIO APERTO	CHIEDO ALLO CHEF	STORIE DI MONTAGNA
FARINÉL	TERRE DEL MONVISO	UN OCCHIO SUL MONDO
IO_VIAGGIO_LEGGERO	NON SOLO FUMETTI	BANCA TERRITORI DEL MONVISO
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA	FUORI EXPO	GUSTO E GUSTI
CHIRURGIA DELL'ANIMA	STORIE DI ALPIMED	COPERTINA

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TERZOTEMPOSPORTMAGAZINE.IT

www.ecostampa.it

Terzo Tempo Sport Magazine

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

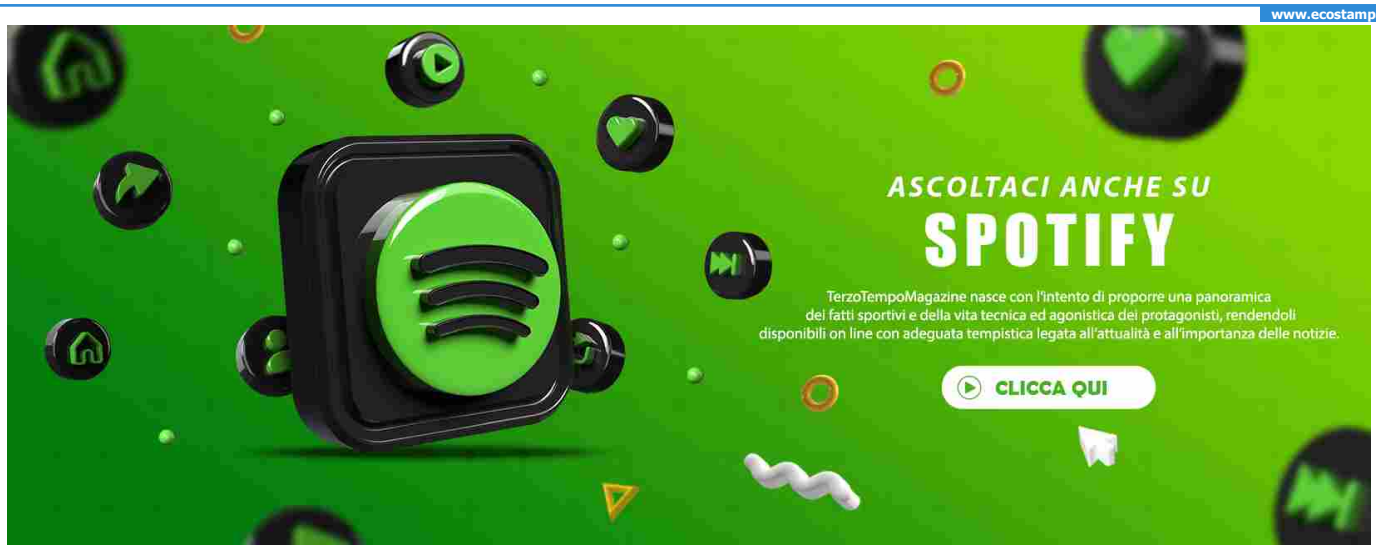
By **AdnKronos** - 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TERZOTEMPOSPORTMAGAZINE.IT

www.ecostampa.it



(Adnkronos) – “Il lancio del panino ‘Piacenza 1714’, rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato ‘Origini Edition’. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti”. Così Luca D’Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l’ultimo della selezione ‘Origini Edition’ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. “È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D’Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole”. “Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”. La denominazione ‘1714’ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell'anno – racconta D’Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume”. Gli altri ingredienti sono “l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il general manager. Infatti, “l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D’Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D’Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TERZOTEMPOSPORTMAGAZINE.IT

www.ecostampa.it

Terzo Tempo Sport Magazine

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

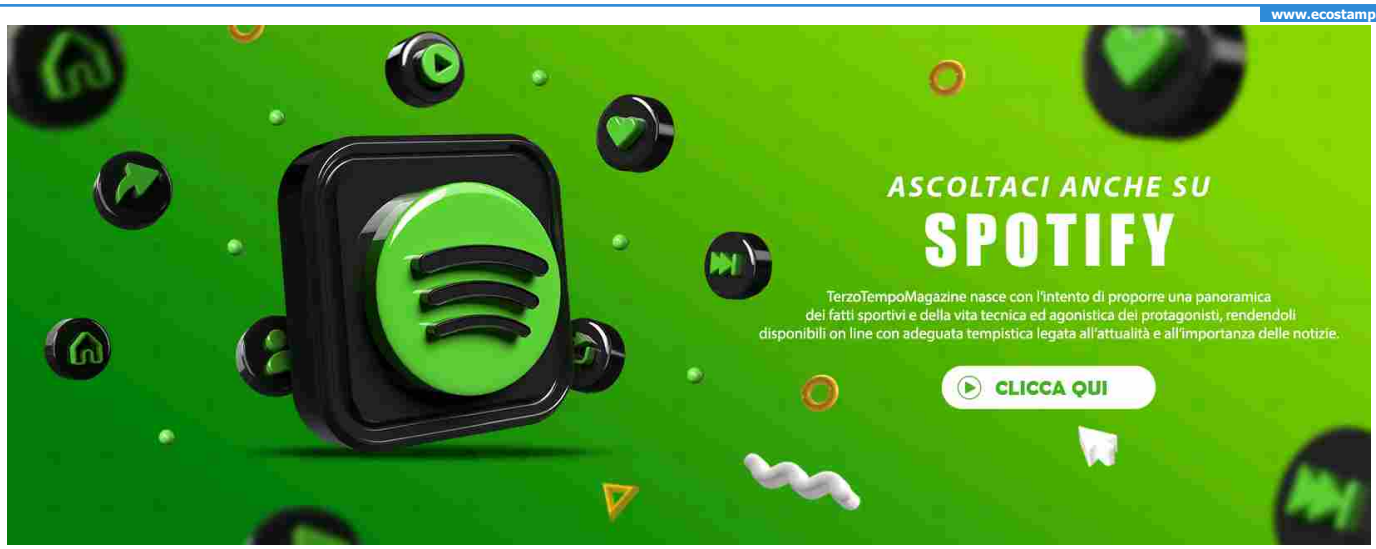
By **AdnKronos** - 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TERZOTEMPOSPORTMAGAZINE.IT

www.ecostampa.it



(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Articolo precedente
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Articolo successivo
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

TERZOTEMPOSPORTMAGAZINE.IT

www.ecostampa.it

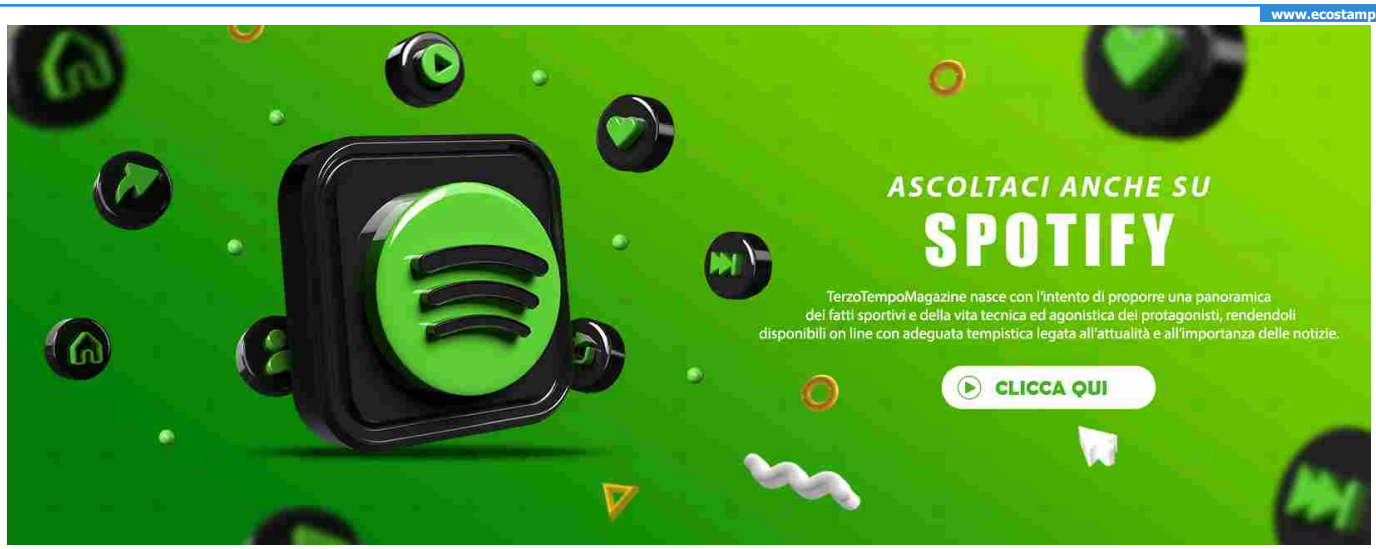
Terzo Tempo Sport Magazine

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

By **AdnKronos** - 29 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67



(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Articolo precedente
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Articolo successivo
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

TorinOggi.it dal 2008
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA
RUBRICHE
Fotogallery
Videogallery
Humanitas
Stadio Aperto
Il Punto di Beppe Gandolfo
L'oroscopo di Corinne
Ambiente e Natura
Motori
E poe...sia!
I corsivi di Virginia
Fiera Nazionale del Peperone
Ristoblog Acqua Hydra
Orgoglio Torinese
Un Occhio sul Mondo
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Torino 2025
Voci della crisi
Gusto e Gusti
Banca Territori del Monviso
Chirurgia dell'Anima
Storie di ALPIMED
Copertina

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

IN BREVE
martedì 29 settembre
Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

TorinOggi.it dal 2008

www.ecostampa.it

ACCADEVA UN ANNO FA

Il Punto di Beppe Gandolfo
Siamo in perenne campagna elettorale

Nichelino-Stupinigi-Vinovo
Nichelino: con "Ragazz* della Piazza" un'occasione di riscatto per i minori seguiti dai servizi sociali

Cronaca
Incidente in tangenziale all'altezza di Collegno, direzione Milano: tre vetture coinvolte, un ferito non grave. Traffico in tilt

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"

Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

TorinOggi.it dal 2008
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA
RUBRICHE
Fotogallery
Videogallery
Humanitas
Stadio Aperto
Il Punto di Beppe Gandolfo
L'oroscopo di Corinne
Ambiente e Natura
Motori
E poe...sia!
I corsivi di Virginia
Fiera Nazionale del Peperone
Ristoblog Acqua Hydra
Orgoglio Torinese
Un Occhio sul Mondo
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Torino 2025
Voci della crisi
Gusto e Gusti
Banca Territori del Monviso
Chirurgia dell'Anima
Storie di ALPIMED
Copertina
ACCADEVA UN ANNO FA

| 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani

IN BREVE
domenica 04 ottobre
Dall'Underground Cinefest alla mostra sui Moderni alla Venaria: cosa fare fino a domenica 4 ottobre

martedì 29 settembre
Autopompe dei Vigili del fuoco: dalla Regione Piemonte in arrivo 6,7 milioni

"Due Paesi - una musica", un concerto dedicato alla comunione e alla fratellanza dei popoli italiani e rumeni

Giornata mondiale per il Cuore 2026: 2 mila studenti protagonisti a Rivoli

Alla Reggia di Venaria, la Corsa da Re e la Corsa del Principino & Family

Nasce "Trame di Fiori": il centro storico di Chieri si trasforma in un itinerario d'arte floreale e musica

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

TorinOggi.it dal 2008

www.ecostampa.it

Viabilità e trasporti
Sottopasso Lingotto, riaperta la rampa di accesso di via Nizza

Sanità
Vaccinazione anti Covid e influenza: si comincia a partire dal 14 ottobre. Coinvolti medici, pediatri e farmacie

Cronaca
Spari nei boschi di Cavaglià, nei guai un uomo: "Stavo provando l'arma"

Leggi tutte le notizie

certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Biennale della Prossimità 2026: tutto pronto per la sesta edizione

Svolta per il polo educativo Moby Dick in Mirafiori Nord: la gestione passa alla coprogettazione con il Terzo Settore

Da Mr. Marra a Maria Antonietta: chi ci sarà alla quinta edizione del Festival Digitale Popolare

Ermal Meta, Chiara Gamberale, Claudia Durastandi, Tash Aw: gli ospiti della nuova edizione di Portici di Carta 2026

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - Credits | Privacy e cookie policy | Preferenze privacy

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

TorinOggi.it dal 2008
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA
RUBRICHE
Fotogallery
Videogallery
Humanitas
Stadio Aperto
Il Punto di Beppe Gandolfo
L'oroscopo di Corinne
Ambiente e Natura
Motori
E poe...sia!
I corsivi di Virginia
Fiera Nazionale del Peperone
Ristoblog Acqua Hydra
Orgoglio Torinese
Un Occhio sul Mondo
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Torino 2025
Voci della crisi
Gusto e Gusti
Banca Territori del Monviso
Chirurgia dell'Anima
Storie di ALPIMED
Copertina

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato:

IN BREVE
martedì 29 settembre
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

TorinOggi.it dal 2008

www.ecostampa.it

ACCADEVA UN ANNO FA

Nichelino-Stupinigi-Vinovo
Nichelino: con "Ragazz* della Piazza" un'occasione di riscatto per i minori seguiti dai servizi sociali

Cronaca
Incidente in tangenziale all'altezza di Collegno, direzione Milano: tre vetture coinvolte, un ferito non grave. Traffico in tilt

Cronaca
Colpo di scena nell'eredità Agnelli, spunta un nuovo testamento

Leggi tutte le notizie

Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TorinOggi.it dal 2008

www.ecostampa.it

affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

CHE TEMPO FA

RUBRICHE

Fotogallery
Videogallery
Humanitas
Stadio Aperto
Il Punto di Beppe Gandolfo
L'oroscopo di Corinne
Ambiente e Natura
Motori
E poe...sia!
I corsivi di Virginia
Fiera Nazionale del Peperone
Ristoblog Acqua Hydra
Orgoglio Torinese
Un Occhio sul Mondo
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Torino 2025
Voci della crisi
Gusto e Gusti
Banca Territori del Monviso
Chirurgia dell'Anima
Storie di ALPIMED
Copertina

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TorinOggi.it dal 2008

www.ecostampa.it

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Incidente in tangenziale all'altezza di Collegno, direzione Milano: tre vetture coinvolte, un ferito non grave. Traffico in tilt

Cronaca
Da 10 giorni in sciopero della fame per Gaza: "Meloni riconosca il genocidio in Palestina"

Eventi
Torino si mette in vetrina a Tokyo: il sindaco Lo Russo e il rettore del Poli Corgnati incontrano la governatrice Koike

Leggi tutte le notizie

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Leggi le ultime di: Video

Prima Pagina | Archivio | Redazione | Invia un Comunicato Stampa | Pubblicità | Scrivi al Direttore | Premium

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

TorinOggi.it dal 2008
Edizione locale IlNazionale.it

CHE TEMPO FA
RUBRICHE
Fotogallery
Videogallery
Humanitas
Stadio Aperto
Il Punto di Beppe Gandolfo
L'oroscopo di Corinne
Ambiente e Natura
Motori
E poe...sia!
I corsivi di Virginia
Fiera Nazionale del Peperone
Ristoblog Acqua Hydra
Orgoglio Torinese
Un Occhio sul Mondo
io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Torino 2025
Voci della crisi
Gusto e Gusti
Banca Territori del Monviso
Chirurgia dell'Anima
Storie di ALPIMED
Copertina
ACCADEVA UN ANNO FA

| 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro

IN BREVE
domenica 04 ottobre
Dall'Underground Cinefest alla mostra sui Moderni alla Venaria: cosa fare fino a domenica 4 ottobre

martedì 29 settembre
Autopompe dei Vigili del fuoco: dalla Regione Piemonte in arrivo 6,7 milioni

"Due Paesi - una musica”, un concerto dedicato alla comunione e alla fratellanza dei popoli italiani e rumeni

Giornata mondiale per il Cuore 2026: 2 mila studenti protagonisti a Rivoli

Alla Reggia di Venaria, la Corsa da Re e la Corsa del Principino & Family

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

TorinOggi.it dal 2008

www.ecostampa.it

Cronaca
Spari nei boschi di Cavaglià, nei guai un uomo: "Stavo provando l'arma"

Cronaca
Colpo di scena nell'eredità Agnelli, spunta un nuovo testamento

Viabilità e trasporti
Sottopasso Lingotto, riaperta la rampa di accesso di via Nizza

Leggi tutte le notizie

Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Nasce "Trame di Fiori": il centro storico di Chieri si trasforma in un itinerario d'arte floreale e musica

Biennale della Prossimità 2026: tutto pronto per la sesta edizione

Svolta per il polo educativo Moby Dick in Mirafiori Nord: la gestione passa alla coprogettazione con il Terzo Settore

Da Mr. Marra a Maria Antonietta: chi ci sarà alla quinta edizione del Festival Digitale Popolare

Ermal Meta, Chiara Gamberale, Claudia Durastandi, Tash Aw: gli ospiti della nuova edizione di Portici di Carta 2026

Copyright © 2013 - 2026 IlNazionale.it - Partita Iva: IT 03401570043 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

AUTOGRILL PRESENTA 'PIACENZA 1714', IL PANINO DI 'ORIGINI EDITION' CHE CELEBRA I PRODOTTI DOP E IGP

29/9/2026

Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Video Adnkronos

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TOUCHPOINT.NEWS

www.ecostampa.it

'PIACENZA 1714', DA AUTOGRILL NUOVO PANINO DELLA LINEA PORTA IN VIAGGIO DOP E IGP MADE IN ITALY

29/9/2026

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

TOUCHPOINT.NEWS

www.ecostampa.it

valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TOUCHPOINT.NEWS

www.ecostampa.it

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ROSATI (FONDAZIONE QUALIVITA), 'PANINO PIACENZA 1714 PORTA IN AUTOGRILL ECCELLENZA ITALIANA'

29/9/2026

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Video Adnkronos

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Cerca nel sito

ENHANCED BY Google

ULTIM'ORA - ADNKRONOS Corruzione e caporalato in cantieri dell'Alta velocità Napoli-Bari: 20

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

ADN-PRIMAPAGINA

29 Settembre 2026 2

Condividere

Da leggere

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TRASIMENONLINE.IT

www.ecostampa.it

Festival Corrispondenze: il duo Makkox e Aprea con dialoghi sul cambiamento
9 Settembre 2023

Castiglione, Associazione la Voce dei Cittadini: "Fontane installate nelle rotatorie stradali da riattivare"
4 Agosto 2022

La Voce dei Cittadini: la scuola media di via Bruno Buozzi rischia di diventare un cantiere senza fine
5 Marzo 2023

Ecco Dandelion, un'oasi di bellezza, natura e inclusione a Città della Pieve
4 Luglio 2023

Corsa contro il tempo: scelta della località per la nuova stazione alta velocità ancora in discussione
6 Giugno 2023

Prima Pagina - AdnKronos

Covid, arriva la pillola per la Pep. Esperti: "Nuova arma di prevenzione"
26 Settembre 2026

Box Office, record per film-concerto di Ultimo: miglior risultato in Italia
28 Settembre 2026

"Nessun allarme per Italia", l'alert della Cia sull'attacco russo non esiste
25 Settembre 2026

È morta Silvia D'Amico, addio alla produttrice di Rossellini, Magni e Monicelli
25 Settembre 2026

Formula 1, Colapinto e l'incidente nel Gp Azerbaigian: "Dovrebbe essere squalificato"
27 Settembre 2026

all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"**È un'iniziativa che** nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"**Dietro a queste** produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità

Ultime notizie

Pan Opera Festival 2026: si chiude un settembre di musica da tutto esaurito
29 Settembre 2026

100 anni per Angela Casaccino, gli auguri del Comune
28 Settembre 2026

Provincia Sancti Francisci: domani l'appuntamento finale
24 Settembre 2026

Rifiuti e CO2, Magione tra i cinque comuni umbri premiati
23 Settembre 2026

La droga comprata online finisce dal vicino: denunciato un 14enne
22 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Articolo precedente
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Articolo successivo
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Condividere

Trasimenonline è accessibile liberamente e senza costi. Ciò è possibile anche grazie al supporto di coloro che ci sostengono, convinti che un'informazione accurata sia fondamentale per la nostra comunità.
Se hai la possibilità, unisciti al nostro sforzo con una semplice donazione.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

ADN-PRIMAPAGINA

29 Settembre 2026 2

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta,

Da leggere

Festival Corrispondenze: il duo Makkox e Aprea con dialoghi sul cambiamento
9 Settembre 2023

Castiglione, Associazione la Voce dei Cittadini: "Fontane installate nelle rotatorie stradali da riattivare"
4 Agosto 2022

Ultime notizie

Pan Opera Festival 2026: si chiude un settembre di musica da tutto esaurito

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TRASIMENONLINE.IT

www.ecostampa.it

La Voce dei Cittadini: la scuola media di via Bruno Buozzi rischia di diventare un cantiere senza fine
5 Marzo 2023

Ecco Dandelion, un'oasi di bellezza, natura e inclusione a Città della Pieve
4 Luglio 2023

Corsa contro il tempo: scelta della località per la nuova stazione alta velocità ancora in discussione
6 Giugno 2023

Prima Pagina - AdnKronos

Covid, arriva la pillola per la Pep. Esperti: "Nuova arma di prevenzione"
26 Settembre 2026

Box Office, record per film-concerto di Ultimo: miglior risultato in Italia
28 Settembre 2026

"Nessun allarme per Italia", l'alert della Cia sull'attacco russo non esiste
25 Settembre 2026

È morta Silvia D'Amico, addio alla produttrice di Rossellini, Magni e Monicelli
25 Settembre 2026

Formula 1, Colapinto e l'incidente nel Gp Azerbaigian: "Dovrebbe essere squalificato"
27 Settembre 2026

Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi

29 Settembre 2026

100 anni per Angela Casaccino, gli auguri del Comune
28 Settembre 2026

Provincia Sancti Francisci: domani l'appuntamento finale
24 Settembre 2026

Rifiuti e CO2, Magione tra i cinque comuni umbri premiati
23 Settembre 2026

La droga comprata online finisce dal vicino: denunciato un 14enne
22 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TRASIMENONLINE.IT

www.ecostampa.it

viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"**Le nostre 46** produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"**Origini Edition è** pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

TRASIMENONLINE.IT

www.ecostampa.it

Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Articolo precedente
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Articolo successivo
Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Condividere

Trasimenonline è accessibile liberamente e senza costi. Ciò è possibile anche grazie al supporto di coloro che ci sostengono, convinti che un'informazione accurata sia fondamentale per la nostra comunità.
Se hai la possibilità, unisciti al nostro sforzo con una semplice donazione.

Scegli quanto donare a Trasimenonline
2 €

Donazione

Può interessarti anche

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Giungla golf car a Roma, controlli a tappeto dei carabinieri: 10 sottoposte a fermo...

Usa, tempesta flagella nord-est Paese: voli cancellati, blackout e allerta inondazioni

Irlanda, la protesta contro Israele: niente strette di mano, testa bassa durante inno e...

Trasimenonline - adn-primapagina - 'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

© Trasimenonline - Tutti i diritti riservati.

Contatti

Redazione: redazione@trasimenonline.it

Pubblicità: trasimenonline@gmail.com

Argomenti

CRONACA
POLITICA
ECONOMIA
GLOCAL
SPORT

Due notizie

A Paciano "Un assaggio di Mille & una Umbria"
11 Settembre 2021

Coronavirus in Umbria, il bollettino di venerdì

152944-ITOQ67

TRASIMENONLINE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

ADN-PRIMAPAGINA

29 Settembre 2026 2

Condividere

Da leggere

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Articolo precedente
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Articolo successivo
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Condividere

Trasimenonline è accessibile liberamente e senza costi. Ciò è possibile anche grazie al supporto di coloro che ci sostengono, convinti che un'informazione accurata sia fondamentale per la nostra comunità.
Se hai la possibilità, unisciti al nostro sforzo con una semplice donazione.

Scegli quanto donare a Trasimenonline

Festival Corrispondenze: il duo Makkox e Aprea con dialoghi sul cambiamento
9 Settembre 2023

Castiglione, Associazione la Voce dei Cittadini: "Fontane installate nelle rotatorie stradali da riattivare"
4 Agosto 2022

La Voce dei Cittadini: la scuola media di via Bruno Buozzi rischia di diventare un cantiere senza fine
5 Marzo 2023

Ecco Dandelion, un'oasi di bellezza, natura e inclusione a Città della Pieve
4 Luglio 2023

Corsa contro il tempo: scelta della località per la nuova stazione alta velocità ancora in discussione
6 Giugno 2023

Prima Pagina - AdnKronos

Covid, arriva la pillola per la Pep. Esperti: "Nuova arma di prevenzione"
26 Settembre 2026

Box Office, record per film-concerto di Ultimo: miglior risultato in Italia
28 Settembre 2026

"Nessun allarme per Italia", l'alert della Cia sull'attacco russo non esiste
25 Settembre 2026

È morta Silvia D'Amico, addio alla produttrice di Rossellini, Magni e Monicelli
25 Settembre 2026

Formula 1, Colapinto e l'incidente nel Gp Azerbaigian: "Dovrebbe essere squalificato"
27 Settembre 2026

Ultime notizie

Pan Opera Festival 2026: si chiude un settembre di musica da tutto esaurito
29 Settembre 2026

100 anni per Angela Casaccino, gli auguri del Comune
28 Settembre 2026

Provincia Sancti Francisci: domani l'appuntamento finale
24 Settembre 2026

Rifiuti e CO2, Magione tra i cinque comuni umbri premiati
23 Settembre 2026

La droga comprata online finisce dal vicino: denunciato un 14enne
22 Settembre 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Salute

TV6onAIR – Decreto Scuola, corsi italiano Cpia per eccezione padre e madre stranieri: mancano posti e docenti

24 minuti fa 5 minuti di lettura

Piacenza, 29 set. – (Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

– oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate".

Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Source link

Condividere

TV6onAIR - In Francia è querela nei licei in modo contrario tagli e classi pollaio. Studenti durante fortezza: "Insegnanti sommersi da una quantità folle di lavoro"

TV6onAIR - Federolio, Lollobrigida su penuria import sia declinata a tutti i Paesi Ue - Mondo Agricolo

articoli Correlati

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

AdnKronos

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026

Piacenza, 29 set. – (Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero

Articoli recenti

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"
29 Settembre 2026

Premio Solidarietà Padre Pio: a Fragneto Monforte la fede che diventa impegno concreto
29 Settembre 2026

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
29 Settembre 2026

Benevento calcio, l'infermeria è vuota: Verdi torna in gruppo
29 Settembre 2026

Mazzette e caporalato nei lavori Tav Napoli-Bari, arresti e sequestri
29 Settembre 2026

Archivio articoli

Seleziona mese

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Articolo precedente
Benevento calcio, l'infermeria è vuota: Verdi torna in gruppo

Articolo successivo
Premio Solidarietà Padre Pio: a Fragneto Monforte la fede che diventa impegno concreto

ARTICOLI CORRELATI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

UGUALMENTEABILE.IT

www.ecostampa.it

IL MONDO DEI NUMERI PRIMI L' As Impostazioni della privacy
Sociale, per persone con disabilità, favorendo l'integrazione sociale, mirando ad abbattere le barriere fisiche e mentali che circondano le nostre realtà, creando una rete di amicizia e sostegno tra famiglie. INFO E CONTATTI

News

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Redazione • 24 minuti fa Last Updated: 29 Settembre 2026 0 4

Lettura di 2 minuti

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

UGUALMENTEABILE.IT

www.ecostampa.it

Impostazioni della privacy

importante, legato agli acquisti che stanno di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General M[illegible] Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori,

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

consorzi e specialità che possiamo offrire", afl

Impostazioni della privacy

manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è inna

distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

#adnkronos #ultimora

Lascia un commento

ShinyStat™

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

UGUALMENTEABILE.IT

www.ecostampa.it

IL MONDO DEI NUMERI PRIMI L' As Impostazioni della privacy
Sociale, per persone con disabilità, favorendo l'integrazione sociale, mirando ad abbattere le barriere fisiche e mentali che circondano le nostre realtà, creando una rete di amicizia e sostegno tra famiglie. INFO E CONTATTI

News

‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Redazione • 37 minuti fa Last Updated: 29 Settembre 2026 0 4

Lettura di 5 minuti

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l’Asiago Dop Fresco e l’Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D’Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

UGUALMENTEABILE.IT

www.ecostampa.it

Impostazioni della privacy

Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Orig
rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che

La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Impostazioni della privacy

circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 locatio
l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 bran
78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Impostazioni della privacy

senza mai perdere ciò che rende unico il valo produzioni". "Origini Edition è pensato per of ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Impostazioni della privacy

Piacentina Dop, accompagnata da altri due g
tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Ac
Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

#adnkronos #ultimora

Lascia un commento

ShinyStat™

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

UGUALMENTEABILE.IT

www.ecostampa.it

IL MONDO DEI NUMERI PRIMI L' As Impostazioni della privacy
Sociale, per persone con disabilità, favorendo l'integrazione sociale, mirando ad abbattere le barriere fisiche e mentali che circondano le nostre realtà, creando una rete di amicizia e sostegno tra famiglie. INFO E CONTATTI

News

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Redazione • 47 minuti fa Last Updated: 29 Settembre 2026 0 4

Lettura di un minuto

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qua

Impostazioni della privacy

della presentazione, oggi a Piacenza, del pani

'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

#adnkronos #ultimora

Lascia un commento

ShinyStat™

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Adnkronos Ultim'ora - 29/09/2026 14:50:00

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

UN-INDUSTRIA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Adnkronos Ultim'ora - 29/09/2026 15:02:00

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

UN-INDUSTRIA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Piacenza, 29 set. - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Adnkronos Ultim'ora - 29/09/2026 14:51:00

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA® LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

L'UNIONE SARDA.it

www.ecostampa.it

MULTIMEDIA

Autogrill, arriva Piacenza 1714: tre territori in un morso

29 settembre 2026 alle 17:07

Piacenza, 29 set. (askanews) - Nella Sala dei Fasti di Palazzo Farnese i dipinti raccontano le nozze di Elisabetta, principessa di Parma e Piacenza, regina di Spagna dal 1714. Da quella data prende il nome Piacenza 1714, il nuovo panino Autogrill presentato proprio qui: Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e maionese all'Aceto Balsamico di Modena Igp. Tre territori in un morso."Volevamo valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano - spiega Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta - utilizzando il nostro network in tutta Italia, negli aeroporti e nelle autostrade, che ospita milioni di turisti italiani ed esteri. L'aspetto enogastronomico è uno dei principali motivi per cui soprattutto gli stranieri scelgono di venire in Italia". Anche la coppa ha un posto nella storia: il cardinale Giulio Alberoni, figlio di queste terre e uomo della corte di Spagna, la usava come dono diplomatico. Oggi viaggia in autostrada. E' la quarta ricetta di Origini Edition, il progetto lanciato ad aprile con Fondazione Qualivita, dopo Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. "Il bilancio è positivo, molto positivo, sia per i numeri di vendita sia per quanto si sta generando attorno all'iniziativa - prosegue D'Alba -. Registriamo un fortissimo legame con i territori, un ottimo riscontro dai consumatori, la volontà di estendere il progetto alla ristorazione e al retail, e la conoscenza di nuovi fornitori".Un morso che parla anche di Emilia-Romagna, la regione europea con più Dop e Igp: 46 produzioni che valgono circa 3,6 miliardi di euro. "Sono prodotti buoni e autentici che dietro hanno storie secolari e millenarie - ricorda l'assessore all'Agricoltura e all'agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, Alessio Mammi - e qui siamo in un territorio, quello di Piacenza, che è davvero una grande eccellenza. Mi fa piacere che questo progetto consentirà di far conoscere alcuni dei nostri prodotti Dop a tante persone che viaggeranno".La cucina italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, si racconta anche così: l'alleanza tra Autogrill e i consorzi di tutela porta i prodotti certificati dove passano ogni giorno milioni di viaggiatori. "L'abbinamento Autogrill con una

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

L'UNIONE SARDA.it

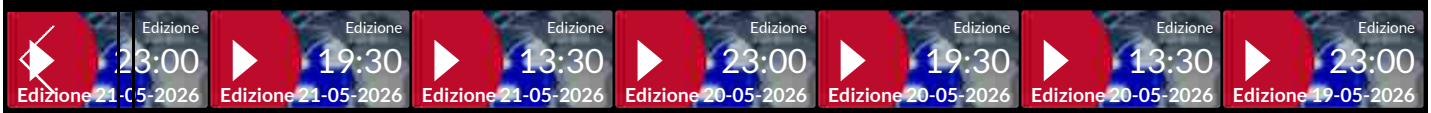
www.ecostampa.it

ricetta semplice come un panino può essere un buon mezzo di comunicazione - dice Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita -. Questi strumenti funzionano molto meglio della classica comunicazione per dare soprattuto ai giovani una conoscenza ampia del paniere della biodiversità italiana".E il viaggio continua: il prossimo traguardo è far conoscere anche all'estero le Dop e Igp ancora poco note fuori dall'Italia.

Red

FOTO E VIDEO GALLERY

TG VIDEOLINA Ultime Edizioni



Schlein all'intitolazione di edificio Eurocamera a Sassoli: La sua visione guidi il nostro futuro

Von Der Leyen su intitolazione edificio Eurocamera a Sassoli: Sua eredità è unire l'Ue

Tajani all'intitolazione di edificio dell'Eurocamera a Sassoli: Guida super partes e persona perbene

Gaza, funerali collettivi con i corpi recuperati dalle macerie

Red

Lollobrigida: Serve cambio rotta deciso su pesca, burocrazia europea ha sbagliato

Difesa Stasi: "Contestiamo sottrazione delle prove favorevoli"

Lollobrigida a Bruxelles: Italia ha salvato la Pac, evitati tagli alle risorse

"Numero 10" racconta Maradona oltre il mito: il 3 ottobre la prima a Napoli

Attacco dei coloni in Cisgiordania, i segni della violenza vicino Ramallah

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

UNIVERSONOTIZIE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Da **Redazione Universonotizie.it** — 29 Settembre 2026 in **Lavoro** 0

Condividi su Facebook
Condividi su Twitter

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP,

Potrebbe piacerti anche

- **Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"**
- **Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"**
- **Fse+ e Piano Integrato Autoimpiego, oltre 5.300 domande di giovani che vogliono mettersi in proprio**

Cerca Sul Sito

Cerca...

Pubblicità

Ultimi Articoli

- Trapianti di rene da vivente e di polmone, dal Cnt due nuovi documenti per aumentare opportunità
- Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'
- Marmigi (Safety Expo): "La prevenzione degli infortuni deve entrare nel processo decisionale ordinario dell'impresa"
- Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
- Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
- Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"

Pubblicità

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Tags: adnkronos lavoro

Post Precedente

Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"

Post Successivo

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Redazione Universonotizie.it

Universonotizie.it è un portale di news che ti tiene informato sulle notizie su salute, ambiente, lavoro e altro ancora.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

UNIONE STAMPA SPORTIVA ITALIANA
GRUPPO UMBRO

ADNKRONOS

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29 Settembre 2026

8

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi

STAY CONNECTED

0 Fans
0 Followers
22,900 Subscribers

- Advertisement -

LATEST ARTICLES

USSI UMBRIA
Addio a Fausto Belia, giornalismo sportivo umbro in lutto

CALCIO
Il Perugia Calcio cambia, Ussi ringrazia e conta in rapporti costruttivi futuri

CALCIO
Ussi: Perplessità su costo immagini conferenze stampa Nazionale di calcio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

USSIUMBRIA.IT

www.ecostampa.it

400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. "È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole". "Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop". La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager. Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

TAGS adnkronos ultimora

Share Facebook Twitter Pinterest

PODISMO

Grifonissima: Cantarini Campione italiano di podismo per giornalisti

USSI UMBRIA

Condoglianze a Luca Giovannetti per la perdita della compagna

Load more

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

USSI UNIONE STAMPA SPORTIVA ITALIANA GRUPPO UMBRO

ADNKRONOS

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29 Settembre 2026

8

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di

STAY CONNECTED

0 Fans
0 Followers
22,900 Subscribers

- Advertisement -

LATEST ARTICLES

USSI UMBRIA
Addio a Fausto Belia, giornalismo sportivo umbro in lutto

CALCIO
Il Perugia Calcio cambia, Ussi ringrazia e conta in rapporti costruttivi futuri

CALCIO
Ussi: Perplessità su costo immagini conferenze stampa Nazionale di calcio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

USSIUMBRIA.IT

www.ecostampa.it

Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati

PODISMO

Grifonissima: Cantarini Campione italiano di podismo per giornalisti

USSI UMBRIA

Condoglianze a Luca Giovannetti per la perdita della compagna

Load more >

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

TAGS adnkronos ultimora

Share Facebook Twitter Pinterest +

PREVIOUS ARTICLE NEXT ARTICLE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

USSI UNIONE STAMPA SPORTIVA ITALIANA GRUPPO UMBRO

ADNKRONOS

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

29 Settembre 2026

7

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la

STAY CONNECTED

0 Fans
0 Followers
22,900 Subscribers

- Advertisement -

LATEST ARTICLES

USSI UMBRIA
Addio a Fausto Belia, giornalismo sportivo umbro in lutto

CALCIO
Il Perugia Calcio cambia, Ussi ringrazia e conta in rapporti costruttivi futuri

CALCIO
Ussi: Perplessità su costo immagini conferenze stampa Nazionale di calcio

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata". "C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

TAGS adnkronos ultimora

Share Facebook Twitter Pinterest +

PREVIOUS ARTICLE
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

NEXT ARTICLE
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Minzo80

RELATED ARTICLES

LEAVE A REPLY

Comment:

Name:*

Email:*

PODISMO
Grifonissima: Cantarini Campione italiano di podismo per giornalisti

USSI UMBRIA
Condoglianze a Luca Giovannetti per la perdita della compagna

Load more >

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

"Questo genepy è musica per il palato" Vincent Boniface | Musicista
Distillerie St Roch Valle d'Aosta
"Questa grappa è la storia delle nostre vitae" Alessandra Marcoz | Viticoltrice
1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING

1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING
Associazione di Volontariato Culturale
AostaCronaca.it
Il quotidiano on line della Regione Autonoma Valle d'Aosta
VALLE DAOSTA GLOCAL.IT
Fondato nel 2012 | Piero Minuzzo
NON SEI SOLO/A
noi siamo dalla tua parte!

SOMMARIO

PRIMA PAGINA
AGRICOLTURA
AMBIENTE
ATTUALITÀ
ATTUALITÀ ECONOMIA
ATTUALITÀ POLITICA
CRONACA
CULTURA
ECONOMIA
EVENTI E APPUNTAMENTI
FEDE E RELIGIONI
INFOGLOCAL
INTEGRAZIONE E SOLIDARIETÀ
ISTRUZIONE E FORMAZIONE
NOUVELLES EN FRANCAIS
POLITICA
SANITÀ, SALUTE E STARE BENE
SPORT
TRADIZIONI E CULTURA MONDO RURALE
TURISMO VALLE D'AOSTA
VIABILITÀ E MOBILITÀ
TUTTE LE NOTIZIE

LAVORO & LAVORO concorsi-bandi-proposte
FARMACIE DI TURNO IN VALLE D'AOSTA

RUBRICHE

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

50 & più per il sociale
A domani
Appunta l'evento
Bonjour Valdotains
Camminar pensando
Chez Nous
CISL VdA
Dai comuni
Dalla parte dei cittadini
Diritti degli Animali
Il bene comune
Il borsino rossonero
Il Poussa Café
Il rosso e il nero
Info consumatori
Informazione economica e aziendale
Informazioni pratiche
La Vignetta della Settimana
Lavoro&Lavoro
Le Messager Campagnard
LibrArte
Mondo Artigiano
Montagna VdA
Oroscopo
Paladino dei diritti
Salute in Valle d'Aosta
Speciale Saison Culturelle
Strasburgo-Aosta
Varie cronaca
Velina Rossonera e Arcobaleno
Vite in ascesa
Zona Franca

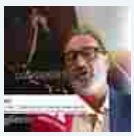
1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

'Euconomia', Festival nazionale dell'economia civile riparte da Firenze

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Copyright © 2012 - 2026 Associazione culturale di volontariato "Comunque Valdostani" - Partita Iva e C.F.: 91060970075 - Credits | Privacy e cookie policy | Preferenze privacy

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

"Questo genepy è musica per il palato" Vincent Bonifacie | Musicista
Distillerie St Roch Valle d'Aosta
"Questa grappa è la storia delle nostre vitae" Alessandra Marcoz | Viticoltrice
1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING

1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING
Associazione di Volontariato Culturale

AostaCronaca.it
Il quotidiano on line della Regione Autonoma Valle d'Aosta
VALLE DAOSTA GLOCAL.IT
Fondato nel 2012 | Piero Minuzzo

NON SEI SOLO/A
noi siamo dalla tua parte!

LAVORO & LAVORO concorsi-bandi-proposte
FARMACIE DI TURNO IN VALLE D'AOSTA

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Chez Nous
CISL VdA
Dai comuni
Dalla parte dei cittadini
Diritti degli Animali
Il bene comune
Il borsino rossonero
Il Poussa Café
Il rosso e il nero
Info consumatori
Informazione economica e aziendale
Informazioni pratiche
La Vignetta della Settimana
Lavoro&Lavoro
Le Messager Campagnard
LibrArte
Mondo Artigiano
Montagna VdA
Oroscopo
Paladino dei diritti
Salute in Valle d'Aosta
Speciale Saison Culturelle
Strasburgo-Aosta
Varie cronaca
Velina Rossonera e Arcobaleno
Vite in ascesa
Zona Franca

italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Copyright © 2012 - 2026 Associazione culturale di volontariato "Comunque Valdostani" - Partita Iva e C.F.: 91060970075 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

"Questo genepy è musica per il palato" Vincent Bonifacio | Musicista
Distillerie St Roch Valle d'Aosta
"Questa grappa è la storia delle nostre vitae" Alessandra Marcoz | Viticoltrice
1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING

1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING
Associazione di Volontariato Culturale

AostaCronaca.it
Il quotidiano on line della Regione Autonoma Valle d'Aosta
VALLE DAOSTA GLOCAL.IT
Fondato nel 2012 | Piero Minuzzo

NON SEI SOLO/A
noi siamo dalla tua parte!

LAVORO & LAVORO concorsi-bandi-proposte
FARMACIE DI TURNO IN VALLE D'AOSTA

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Chez Nous
CISL VdA
Dai comuni
Dalla parte dei cittadini
Diritti degli Animali
Il bene comune
Il borsino rossonero
Il Poussa Café
Il rosso e il nero
Info consumatori
Informazione economica e aziendale
Informazioni pratiche
La Vignetta della Settimana
Lavoro&Lavoro
Le Messager Campagnard
LibrArte
Mondo Artigiano
Montagna VdA
Oroscopo
Paladino dei diritti
Salute in Valle d'Aosta
Speciale Saison Culturelle
Strasburgo-Aosta
Varie cronaca
Velina Rossonera e Arcobaleno
Vite in ascesa
Zona Franca

corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Copyright © 2012 - 2026 Associazione culturale di volontariato "Comunque Valdostani" - Partita Iva e C.F.: 91060970075 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

"Questo genepy è musica per il palato" Vincent Boniface | Musicista
Distillerie St Roch Valle d'Aosta
"Questa grappa è la storia delle nostre vitae" Alessandra Marcoz | Viticoltrice
1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING

1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING
Associazione di Volontariato Culturale

AostaCronaca.it
Il quotidiano on line della Regione Autonoma Valle d'Aosta
VALLE DAOSTA GLOCAL.IT
Fondato nel 2012 | Piero Minuzzo

NON SEI SOLO/A
noi siamo dalla tua parte!

SOMMARIO

PRIMA PAGINA
AGRICOLTURA
AMBIENTE
ATTUALITÀ
ATTUALITÀ ECONOMIA
ATTUALITÀ POLITICA
CRONACA
CULTURA
ECONOMIA
EVENTI E APPUNTAMENTI
FEDE E RELIGIONI
INFOGLOCAL
INTEGRAZIONE E SOLIDARIETÀ
ISTRUZIONE E FORMAZIONE
NOUVELLES EN FRANCAIS
POLITICA
SANITÀ, SALUTE E STARE BENE
SPORT
TRADIZIONI E CULTURA MONDO RURALE
TURISMO VALLE D'AOSTA
VIABILITÀ E MOBILITÀ
TUTTE LE NOTIZIE

LAVORO & LAVORO concorsi-bandi-proposte
FARMACIE DI TURNO IN VALLE D'AOSTA

RUBRICHE

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop,

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

50 & più per il sociale
A domani
Appunta l'evento
Bonjour Valdotains
Camminar pensando
Chez Nous
CISL VdA
Dai comuni
Dalla parte dei cittadini
Diritti degli Animali
Il bene comune
Il borsino rossonero
Il Poussa Café
Il rosso e il nero
Info consumatori
Informazione economica e aziendale
Informazioni pratiche
La Vignetta della Settimana
Lavoro&Lavoro
Le Messager Campagnard
LibrArte
Mondo Artigiano
Montagna VdA
Oroscopo
Paladino dei diritti
Salute in Valle d'Aosta
Speciale Saison Culturelle
Strasburgo-Aosta
Varie cronaca
Velina Rossonera e Arcobaleno
Vite in ascesa
Zona Franca

come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Roma invasa dalle golf car, valanga di multe e patenti ritirate dopo i blitz dei carabinieri

Leggi le ultime di: Video

Copyright © 2012 - 2026 Associazione culturale di volontariato "Comunque Valdostani" - Partita Iva e C.F.: 91060970075 - Credits | Privacy e cookie policy | Preferenze privacy

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

"Questo genepy è musica per il palato" Vincent Boniface | Musicista
Distillerie St Roch Valle d'Aosta
"Questa grappa è la storia delle nostre vitae" Alessandra Marcoz | Viticoltrice
1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING

1522 NUMERO ANTI VIOLENZA E STALKING
Associazione di Volontariato Culturale
AostaCronaca.it
Il quotidiano on line della Regione Autonoma Valle d'Aosta
VALLE DAOSTA GLOCAL.IT
Fondato nel 2012 | Piero Minuzzo
NON SEI SOLO/A
noi siamo dalla tua parte!

LAVORO & LAVORO concorsi-bandi-proposte
FARMACIE DI TURNO IN VALLE D'AOSTA

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Chez Nous
CISL VdA
Dai comuni
Dalla parte dei cittadini
Diritti degli Animali
Il bene comune
Il borsino rossonero
Il Poussa Café
Il rosso e il nero
Info consumatori
Informazione economica e aziendale
Informazioni pratiche
La Vignetta della Settimana
Lavoro&Lavoro
Le Messager Campagnard
LibrArte
Mondo Artigiano
Montagna VdA
Oroscopo
Paladino dei diritti
Salute in Valle d'Aosta
Speciale Saison Culturelle
Strasburgo-Aosta
Varie cronaca
Velina Rossonera e Arcobaleno
Vite in ascesa
Zona Franca

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Copyright © 2012 - 2026 Associazione culturale di volontariato "Comunque Valdostani" - Partita Iva e C.F.: 91060970075 - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

www.ecostampa.it

VIDEO - 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIDEO - 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VARESENOI.it

www.ecostampa.it

NI STORE CASTELLANZA AZZATE CASTANO PRIMO GALLARATE

ECO NORD spa

VARESENOI.it
NOTIZIE OPINIONI IMMAGINI
Edizione locale IlNazionale.it

ECO NORD spa

CHE TEMPO FA

ADESSO 19°C

MER 30 16.1°C 24.2°C

GIO 1 16.5°C 23.6°C

@Datameteo.com

organizzazione di volontariato sulleali ascoltare aiutare accompagnare

Radio Missione Francescana

RUBRICHE

- Oroscopo
- Necrologi
- L'ultima contesa
- La Varese Nascosta
- Varese dalla vetrina
- Un Occhio sul Mondo

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VARESENOI.it

www.ecostampa.it

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

ACCADEVA UN ANNO FA

Territorio
Ecco dove saranno gli autovelox in provincia di Varese e in Lombardia fino a domenica 5 ottobre

Salute
Al via il 1° ottobre la campagna vaccinale antinfluenzale gratuita in Lombardia

Varese
Lavori in corso in viale Aguggiari, chiusa una carreggiata e lunghe code

Leggi tutte le notizie

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

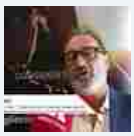
Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"


Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VARESENOI.it
www.ecostampa.it

NI STORE CASTELLANZA AZZATE CASTANO PRIMO GALLARATE

ECO NORD spa

VARESENOI.it
NOTIZIE OPINIONI IMMAGINI
Edizione locale IlNazionale.it

ECO NORD spa

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C
MER 30 16.1°C 24.2°C
GIO 1 16.5°C 23.6°C

@Datameteo.com

organizzazione di volontariato sulleali ascoltare aiutare accompagnare
RMF Radio Missione Francescana

RUBRICHE

- Oroscopo
- Necrologi
- L'ultima contesa
- La Varese Nascosta
- Varese dalla vetrina
- Un Occhio sul Mondo

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VARESENOI.it

www.ecostampa.it

io_viaggio_leggero
Non solo Fumetti
Varese in Verde
Le interviste di Mauro Cento
La lente sui quartieri
La camminata
I più letti della settimana
L'Angolo del Consumatore
Territori d'Arte
Diario di Bordo
Fotogallery
Videogallery

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

ACCADEVA UN ANNO FA

Territorio
Pecora gravemente malata ritrovata nei boschi di Arsago Seprio. L'appello per le cure

Territorio
Prolungata fino a venerdì la chiusura della statale tra Brumpiano e Porto Ceresio

Cronaca
Distributori di benzina del Varesotto nel mirino della Guardia di Finanza: sanzionati otto impianti

Leggi tutte le notizie

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Vcoonews.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 19.1°C

MER 30 17.0°C 25.1°C

GIO 1 17.3°C 24.8°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Level Up
- Non solo fumetti
- La storia intorno a noi
- Mangiare consapevolmente
- Itinerarium
- Controluce
- In e-bike nel Vco
- Ristorante didattico "Inizio"
- Il punto di Beppe Gandolfo
- La voce dei lettori
- L'oroscopo di Corinne
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto

IN BREVE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Attualità
Al via le iscrizioni alla scuola di politica per giovani donne "Prime Minister"

Scuola
Agrano, niente parco per gli alunni della primaria: la Lega porta il caso in consiglio

Attualità
Dalla Regione oltre 236mila euro per Pro loco e associazioni d'arma del Vco

Leggi tutte le notizie

Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"

Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CHE TEMPO FA

ADESSO 26.1°C

MER 30 17.4°C 25.3°C

GIO 1 17.0°C 25.5°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Level Up
- Non solo fumetti
- La storia intorno a noi
- Mangiare consapevolmente
- Itinerarium
- Controluce
- In e-bike nel Vco
- Ristorante didattico "Inizio"
- Il punto di Beppe Gandolfo
- La voce dei lettori
- L'oroscopo di Corinne
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in

IN BREVE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Eventi
"Buoni propositi per l'ambiente", un incontro informativo a Baveno

Viabilità e trasporti
Autostrada A26, tutti i cantieri attivi questa settimana

Sanità
Virus respiratorio sincinziale: dal primo ottobre al via la campagna di immunizzazione

Leggi tutte le notizie

particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Copyright © 2011 - 2026 Ultravox srl - Corso Dissegna 2, 28845 Domodossola (VB) - P.IVA/C.F. 02344090036 - Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura del Verbano Cusio Ossola
REA VB-201161 - Capitale sociale: 10.000 € i.v. - **ultravox@sicurezzapostale.it** - **Credits** | **Privacy e cookie policy** | **Preferenze privacy**

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Vconews.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 26.1°C

MER 30 17.4°C 25.3°C

GIO 1 17.0°C 25.5°C

@Datameteo.com

RUBRICHE

- Level Up
- Non solo fumetti
- La storia intorno a noi
- Mangiare consapevolmente
- Itinerarium
- Controluce
- In e-bike nel Vco
- Ristorante didattico "Inizio"
- Il punto di Beppe Gandolfo
- La voce dei lettori
- L'oroscopo di Corinne
- Copertina
- Fotogallery
- Videogallery

ACCADEVA UN ANNO FA

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali

IN BREVE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Sport
Vertikal Tovo 2025, record da battere e Supertris: gemellaggio con Morrisolo e Vertical Tube

Eventi
Verbania sostiene il reparto di senologia con un evento benefico al Maggiore

Viabilità e trasporti
SS 631, nuovo limite di velocità a 50km/h a Malesco e Valle Cannobina

Leggi tutte le notizie

come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

8-11 OTTOBRE CASÀLIA home – furniture – design – material – lifestyle OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

MOTORI Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino Scopri di più

Venaria24.it Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS Nella tua città, per la tua salute. Giorno dopo giorno, da 25 anni

INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 20.7°C

MER 30 17.4°C 24.8°C

GIO 1 18.4°C 24.4°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Leggi tutte le notizie

IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VENARIA24.IT

www.ecostampa.it

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

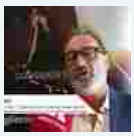
Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

8-11 OTTOBRE CASÀLIA home – furniture – design – material – lifestyle OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

MOTORI Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino Scopri di più

Venaria24.it Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS Nella tua città, per la tua salute. Giorno dopo giorno, da 25 anni

INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.3°C 25.5°C

GIO 1 18.0°C 25.7°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Leggi tutte le notizie

IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani

8ª EDIZIONE TRAIL DELLE COLLINE SPORT, NATURA E INCLUSIONE 4 OTTOBRE 2026 DOMENICA PARTENZA: CHIVASSO (TO) PIAZZA DELLA REPUBBLICA ARRIVO: SAN GENESIO DI CASTAGNETO PO TNC LUNGO 23 km TNC DOG 13 km TNC CORTO 13 km 6 km INFO E ISCRIZIONI: www.traildellecolline.it

IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITQQ67

VENARIA24.IT

www.ecostampa.it

certificati Dop e Igp.

“È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D’Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole”.

“Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”.

La denominazione ‘1714’ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell'anno - racconta D’Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume”. Gli altri ingredienti sono “l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il general manager.

Infatti, “l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D’Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D’Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L’ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare
Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D’Alba (Avolta): "Lancio ‘Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

8-11 OTTOBRE CASÀLIA home – furniture – design – material – lifestyle OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

Merlino PUBBLICITA' SUPER PREZZI OGGETTI PUBBLICITARI - ETICHETTE CONDIVIDI CON NOI LA TUA ESTATE

MOTORI Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino Scopri di più

Venaria24.it Edizione locale IlNazionale.it

HUMANITAS Nella tua città, per la tua salute. Giorno dopo giorno, da 25 anni

INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.3°C 25.5°C

GIO 1 18.0°C 25.7°C

@Datameteo.com

Merlino PUBBLICITA' OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Leggi tutte le notizie

IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti,

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VENARIA24.IT

www.ecostampa.it

faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VENARIA24.IT

www.ecostampa.it

valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

8-11 OTTOBRE CASÀLIA OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO
home – furniture – design – material – lifestyle
IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.
MOTORI Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino Scopri di più
Venaria24.it Edizione locale IlNazionale.it
HUMANITAS Nella tua città, per la tua salute. Giorno dopo giorno, da 25 anni
INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C
MER 30 17.3°C 25.5°C
GIO 1 18.0°C 25.7°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Leggi tutte le notizie

IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

8ª EDIZIONE TRAIL DELLE COLLINE SPORT, NATURA E INCLUSIONE
4 OTTOBRE 2026 DOMENICA
PARTENZA: CHIVASSO (TO) PIAZZA DELLA REPUBBLICA
ARRIVO: SAN GENESIO DI CASTAGNETO PO
TRC LUNGO 23 km TRC DOG 13 km TRC CORTO 13 km 6 km
INFO E ISCRIZIONI: www.traildelleccolline.it

LATTERIE inalpi LA STRADA GIUSTA
FETTINE DI LATTE
SCOPRI DI PIÙ

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VENARIA24.IT

www.ecostampa.it

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

8-11 OTTOBRE CASÀLIA home – furniture – design – material – lifestyle OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

MOTORI Scopri l'USATO SICURO della provincia di Torino Scopri di più

Venaria24.it Edizione locale Il Nazionale.it

HUMANITAS Nella tua città, per la tua salute. Giorno dopo giorno, da 25 anni

INGRESSO GRATUITO CASÀLIA 8-11 OTTOBRE OVAL LINGOTTO FIERE - TORINO

CHE TEMPO FA

ADESSO 24°C

MER 30 17.3°C 25.5°C

GIO 1 18.0°C 25.7°C

@Datameteo.com

Merline PUBBLICITÀ OGGETTI PUBBLICITARI ETICHETTE

RUBRICHE

TUTTE LE NOTIZIE

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Meteo, si avvicina la pioggia: ombrelli pronti per la giornata di mercoledì

Leggi tutte le notizie

IV EDIZIONE Per quattro giorni a Torino i luoghi della legalità, tradizionalmente chiusi, accoglieranno la cittadinanza per trasformarsi in spazi aperti di discussione e confronto.

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

8ª EDIZIONE TRAIL DELLE COLLINE SPORT, NATURA E INCLUSIONE 4 OTTOBRE 2026 DOMENICA PARTENZA: CHIVASSO (TO) PIAZZA DELLA REPUBBLICA ARRIVO: SAN GENESIO DI CASTAGNETO PO TRC LUNGO 23 km TRC DOG 13 km TRC CORTO 13 km CAMMINATA INCLUSIVA 6 km INFO E ISCRIZIONI: www.traildellecolline.it

DIRE FARE CREARE Crescere 29/09 presentazione libri 17.30 Santa Pelagia OMI

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VENARIA24.IT

www.ecostampa.it

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

Autogrill presenta ´Piacenza 1714´, il panino di ´Origini Edition´ che celebra i prodotti Dop e Igp
Settembre 29, 2026
Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ´Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.
Post navigation

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

Settembre 29, 2026

VETRINA TV
SMART TELEVISION WEB E
QUOTIDIANO ON-LINE

VETRINA TV

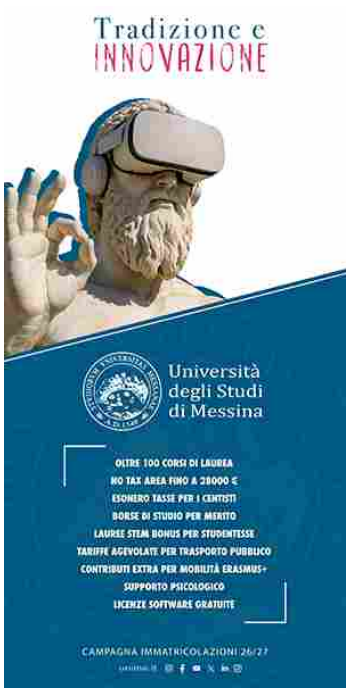
CRONACA

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Settembre 29, 2026

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Previous:
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Next:
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento *

Nome *

Email *

Sito web

ULTIM'ORA

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water' Settembre 29, 2026

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini Settembre 29, 2026

Trasporti, Borchia (Lega): "Logistica sotto pressione, l'UE garantisca i fondi per il settore" Settembre 29, 2026

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani" Settembre 29, 2026

ADNKRONOS – ULTIMORA

Università, a studentessa Tor Vergata borsa studio 'Amazon Women in Innovation'

Report Egualia: "Per le imprese dei farmaci equivalenti ricavi a 6,8 miliardi ma frena la redditività"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

Settembre 29, 2026

VETRINA TV
SMART TELEVISION WEB E
QUOTIDIANO ON-LINE

VETRINA TV

CRONACA

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Settembre 29, 2026

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una

ULTIM'ORA

Webuild al Forum Euromediterraneo dell'Acqua, inaugurato lo spazio espositivo 'Building a Future with Water' Settembre 29, 2026

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini Settembre 29, 2026

Trasporti, Borchia (Lega): "Logistica sotto pressione, l'UE garantisca i fondi per il settore" Settembre 29, 2026

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani" Settembre 29, 2026

ADNKRONOS – ULTIMORA

Università, a studentessa Tor Vergata borsa studio 'Amazon Women in Innovation'

Report Egualia: "Per le imprese dei farmaci equivalenti ricavi a 6,8 miliardi ma frena la redditività"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Previous:
Pnrr, trasmessa alla Commissione Ue la richiesta di pagamento dell'ultima rata

Next:
Decima edizione Ottobrata Romettese, il borgo di Rometta Superiore torna a festeggiare tra gusto, musica, folklore e tradizione. Ecco le date e il programma

Garlasco, faccia a faccia in tv tra l'ex generale Garofano e gli avvocati di Stasi: "In ballo qualcosa di più"

NEWS

- CINEMA
- CRONACA
- CULTURA
- ECONOMIA
- MUSICA
- POLITICA
- SPORT
- TELEVISIONE

ARCHIVIO

Seleziona il mese

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Rosati (Fondazione Qualivita), ´panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana´
Settembre 29, 2026
"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana.
Post navigation

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

Settembre 29, 2026

VETRINA TV
SMART TELEVISION WEB E
QUOTIDIANO ON-LINE

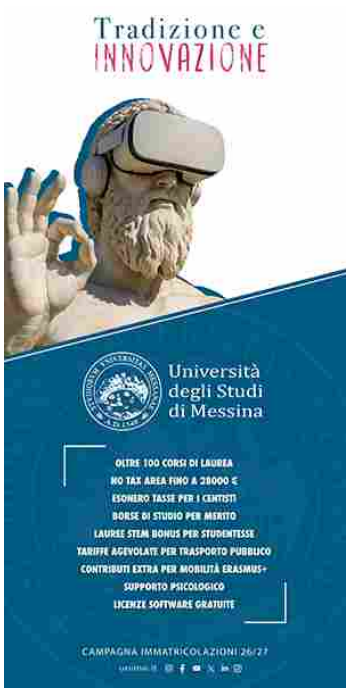
CRONACA

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Settembre 29, 2026

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VETRINA TV

www.ecostampa.it

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Previous:
D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Next:
Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento *

Nome *

Email *

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

tn shopping
È ARRIVATO...
LO SHOPPING ONLINE DEDICATO A TE!

LIKE US ON LOMELLINASPORT.it

Vigevano 24
Notizie - Opinioni - Immagini

LIKE US ON LOMELLINASPORT.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 22°C
MER 30 17.2°C 25.4°C
GIO 1 18.3°C 24.4°C

@Datameteo.com

consigli e annunci

LEGGI & DIRITTI

L'Oroscopo Di Corinne

collaboriamo con: ticinonotizie

RUBRICHE

- FESTIVAL DI SANREMO
- Territorio
- Gallery24
- 24 TV
- Meteo
- Oroscopo
- Cerco lavoro
- RPQ - Ricerca Personale Qualificato
- Leggi & Diritti
- Associazioni
- Lifestyle

coop SPENDI MENO PER DAVVERO! Abbiamo ridotto i prezzi su tantissimi prodotti

VIDEO | 29 settembre 2026, 18:04

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione

iMusicFun

Vigevano 24 Official Partner Spettacoli24.it
I VANTAGGI
PROMUOVI I TUOI EVENTI CON NOI
Eventi Spettacoli In tutta Italia
spettacoli24.it

IN BREVE

martedì 29 settembre

Romano Prodi: "L'Europa oggi è assopita e ai margini"

Prix Italia, tutto sulla 78ma edizione: dagli ospiti al claim 'Play Human'news dalla nostra inviata

Golf car, l'assessore del Lazio Ghera: "Da Regione normativa in poche settimane"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

ACCADEVA UN ANNO FA

Attualità
Al via il 1° ottobre la campagna vaccinale antinfluenzale gratuita in Lombardia

Attualità
Ecco dove saranno gli autovelox in Lombardia fino a domenica 5 ottobre

Cronaca
Vigevano, spray urticante al McDonald's: i carabinieri identificano i responsabili, tutti minori

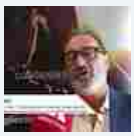
Leggi tutte le notizie

Olesen (Novo Italia): "La salute inizia ora, non rimandare prevenzione e cura"

Obesità, Vettor (Hospital Milano): "Perdita di peso non basta, bisogna prevenire danno d'organo"

Diabete, Buzzetti (Sid): "Terapia combinata settimanale migliora qualità di vita"

Obesità, Linoci (Fiao): "Al fianco dei pazienti per superare stigma"



Pastorello (Acea): "Gap idridoc mondiale pari a 6.500 miliardi di euro"

Squalo mako si attacca all'amo, lotta un'ora al largo di Livorno e poi si libera

'Euconomia', Festival nazionale dell'economia civile riparte da Firenze

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

tn shopping
È ARRIVATO...
LO SHOPPING ONLINE DEDICATO A TE!

LIKE US ON
LOMELLINASPORT.it

Vigevano 24
Notizie - Opinioni - Immagini

LIKE US ON
LOMELLINASPORT.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.8°C
MER 30 17.1°C 26.1°C
GIO 1 17.6°C 25.8°C

@Datameteo.com

consigli e annunci
LEGGI & DIRITTI
L'Oroscopo Di Corinne
collaboriamo con: ticinonotizie

RUBRICHE

FESTIVAL DI SANREMO
Territorio
Gallery24
24 TV
Meteo
Oroscopo
Cerco lavoro
RPQ - Ricerca Personale Qualificato
Leggi & Diritti
Associazioni
Lifestyle

coop SPENDI MENO PER DAVVERO! Abbiamo ridotto i prezzi su tantissimi prodotti

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:50

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo

Ted
Spurghi Bonifiche Smaltimenti
CONTATTI
NUMERO VERDE 800 101 311 www.doria-srl.it
PRONTO INTERVENTO AMBIENTALE

Vigevano 24 Official Partner Spettacoli24.it
SCOPRI I VANTAGGI
PROMUOVI I TUOI EVENTI CON NOI
Eventi Spettacoli In tutta Italia
spettacoli24.it

IN BREVE

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Vigevano, spray urticante al McDonald's: i carabinieri identificano i responsabili, tutti minori

Cronaca
Novara, certificati falsi per riaprire il cantiere: denunciato imprenditore edile

Cronaca
Scontro tra auto e trattore, morto un 45enne novarese (FOTO)

Leggi tutte le notizie

è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

tn shopping
È ARRIVATO...
LO SHOPPING ONLINE DEDICATO A TE!

LIKE US ON LOMELLINASPORT.it

Vigevano 24
Notizie - Opinioni - Immagini

LIKE US ON LOMELLINASPORT.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.8°C
MER 30 17.1°C 26.1°C
GIO 1 17.6°C 25.8°C

@Datameteo.com

consigli e annunci
LEGGI & DIRITTI
L'Oroscopo Di Corinne
collaboriamo con: ticinonotizie

RUBRICHE

FESTIVAL DI SANREMO
Territorio
Gallery24
24 TV
Meteo
Oroscopo
Cerco lavoro
RPQ - Ricerca Personale Qualificato
Leggi & Diritti
Associazioni
Lifestyle

coop SPENDI MENO PER DAVVERO! Abbiamo ridotto i prezzi su tantissimi prodotti

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 15:02

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse

Ted Trattamenti Ecologici Doria S.r.l.
Spurghi Bonifiche Smaltimenti
CONTATTI
NUMERO VERDE 800 101 311 www.doria-srl.it
PRONTO INTERVENTO AMBIENTALE

Deezyfox Radio Station

IN BREVE

martedì 29 settembre

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Miart, Bozzetti: "Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani"

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Boffalora, 45enne kosovaro arrestato per tentato omicidio dopo l'accoltellamento

Cronaca
Raid punitivo a Motta Visconti: due uomini feriti nella notte di sabato

Cronaca
Un altro suicidio in carcere: 21enne si toglie la vita a Pavia

Leggi tutte le notizie

corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIGEVANO24.IT

www.ecostampa.it

affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

tn shopping
È ARRIVATO...
LO SHOPPING ONLINE DEDICATO A TE!

LIKE US ON
LOMELLINASPORT.it

Vigevano 24
Notizie - Opinioni - Immagini

LIKE US ON
LOMELLINASPORT.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.8°C
MER 30 17.1°C 26.1°C
GIO 1 17.6°C 25.8°C

@Datameteo.com

consigli e annunci
LEGGI & DIRITTI
L'Oroscopo Di Corinne
collaboriamo con: ticinonotizie

RUBRICHE

FESTIVAL DI SANREMO
Territorio
Gallery24
24 TV
Meteo
Oroscopo
Cerco lavoro
RPQ - Ricerca Personale Qualificato
Leggi & Diritti
Associazioni
Lifestyle

coop SPENDI MENO PER DAVVERO! Abbiamo ridotto i prezzi su tantissimi prodotti

VIDEO | 29 settembre 2026, 15:00

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

00:00 / 00:00

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione

Ted
Spurghi Bonifiche Smaltimenti
CONTATTI
NUMERO VERDE 800 101 311
www.doria-srl.it
PRONTO INTERVENTO AMBIENTALE

Deezyfox Radio Station

IN BREVE

martedì 29 settembre

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

ACCADEVA UN ANNO FA

Cultura-Eventi
"Titanic, Un Amore Infinito" uno spettacolo teatrale musicale multimediale al teatro Cagnoni di Vigevano

Cronaca
Delitto Garlasco, "Il dna sulle unghie di Chiara è valido"

Cronaca
Novara, certificati falsi per riaprire il cantiere: denunciato imprenditore edile

Leggi tutte le notizie

Imprese, Tango (Anm): "Ai pone nuove sfide, necessaria regolamentazione centrata"

Imprese, Nardello (Comtel): "Ai incide sul nostro essere umani"

Cafà (Cifa Italia): "Micro, piccole e medie imprese non possono perdere opportunità dell'Ai"

Imprese, Petroni (UniEticPMI): "L'intelligenza artificiale non regolamenti se stessa"

A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

Roma invasa dalle golf car, valanga di multe e patenti ritirate dopo i blitz dei carabinieri

Leggi le ultime di: Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

tn shopping
È ARRIVATO...
LO SHOPPING ONLINE DEDICATO A TE!

LIKE US ON LOMELLINASPORT.it

Vigevano 24
Notizie - Opinioni - Immagini

LIKE US ON LOMELLINASPORT.it

CHE TEMPO FA

ADESSO 25.8°C
MER 30 17.1°C 26.1°C
GIO 1 17.6°C 25.8°C

@Datameteo.com

consigli e annunci

LEGGI & DIRITTI

L'Oroscopo Di Corinne

collaboriamo con: ticinonotizie

RUBRICHE

FESTIVAL DI SANREMO
Territorio
Gallery24
24 TV
Meteo
Oroscopo
Cerco lavoro
RPQ - Ricerca Personale Qualificato
Leggi & Diritti
Associazioni
Lifestyle

coop SPENDI MENO PER DAVVERO! Abbiamo ridotto i prezzi su tantissimi prodotti

ULTIM'ORA | 29 settembre 2026, 14:51

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

iMusicFun

FIORI PIANTE ORTO
ortofloricoltura ZANZOTTERA
TI ASPETTIAMO DAL LUNEDÌ A DOMENICA

IN BREVE

martedì 29 settembre

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

TI RICORDI COSA È SUCCESSO L'ANNO SCORSO A SETTEMBRE?
Ascolta il podcast con le notizie da non dimenticare

Ascolta "Un anno di notizie da non dimenticare 2025" su Spreaker.

ACCADEVA UN ANNO FA

Cronaca
Vigevano, spray urticante al McDonald's: i carabinieri identificano i responsabili, tutti minori

Cronaca
Boffalora, 45enne kosovaro arrestato per tentato omicidio dopo l'accoltellamento

Cronaca
Un altro suicidio in carcere: 21enne si toglie la vita a Pavia

Leggi tutte le notizie

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Garlasco, la mamma delle gemelle Cappa parte offesa nella nuova inchiesta: "Esercizio di un diritto"

Giroud verso il ritiro: "Sarà la mia ultima stagione"

Berlusconi, una maxi torta per i 90 anni: dolce da 10 chili con foto del Cav che 'pulisce' la sedia di Travaglio da Santoro

Nisticò (Aifa): "Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze"

Leggi le ultime di: Ultim'ora

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

20.2 C Vicenza Mar,29/09/26 Accedi Shop Account VicenzaPiù FreedomClub VicenzaPiù Freedom Club I Nostri Media

+ VERA INFORMAZIONE ViPiù POWERED BY VicenzaPiù

QUELLA STRADA PER IL LAGO

HOME ESTERI ITALIA VENETO VICENZA VICENZACOOL ADNKRONOS RUBRICHE NOTE RIVISTA ABBONAMENTI FREEDOM CLUB

Home › Top News › Autogrill presenta Piacenza 1714: nel panino anche Asiago Dop e specialità italiane

Autogrill presenta Piacenza 1714: nel panino anche Asiago Dop e specialità italiane

Di **Redazione ViPiù** - 29 Settembre 2026, 17:11 34

Share

VIACQUA LA BOLLETTA DI CARTA, LA PAGA ANCHE IL PIANETA. Passa alla bolletta smart di Viacqua Aderisci subito

Piacenza 1714 è il nuovo panino della linea Origini Edition di Autogrill: Coppa

- Pubblicità -

Puoi leggerne una al mese a giugno, luglio e agosto acquistandole ora in promozione "estate"
A 25 EURO
INVECE CHE A 41

HOT NEWS

Eventi
Anna Foglietta, tutto esaurito al Cinema Odeon per il suo esordio...

Società
Dalla spesa alla solidarietà: Alì sfiora 1,7 milioni di euro donati...

Vetrina
Caregiver familiari, il Veneto approva all'unanimità la legge regionale di sostegno

Cronaca
Gas esilarante, pericolo di diffusione capillare tra i giovani. Antonini e...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Piacentina Dop, Asiago Dop e Aceto Balsamico di Modena Igp.

Piacenza 1714 è il nuovo panino della linea Origini Edition di Autogrill, realizzato con Coppa Piacentina Dop, Asiago Dop fresco e Aceto Balsamico di Modena Igp, insieme a crema di carciofi e songino. La ricetta è stata presentata a Palazzo Farnese, a Piacenza, come quarta tappa del progetto dedicato alle Indicazioni Geografiche italiane. L'offerta e le iniziative del marchio sono illustrate sul sito di Autogrill.

Alla presentazione hanno partecipato la sindaca Katia Tarasconi, l'assessore regionale dell'Emilia-Romagna Alessio Mammi, il general manager Italy F&B di Avolta Luca D'Alba, il direttore generale di Fondazione Qualivita Mauro Rosati, il presidente di Origin Italia Cesare Baldrighi e i rappresentanti dei consorzi coinvolti. Tra le produzioni scelte c'è l'Asiago, protagonista di un comparto che nel 2025 ha registrato crescita di produzione, quotazioni e consumi.

La denominazione rimanda al 1714 e alla figura del cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio piacentino e primo ministro alla corte di Filippo V di Spagna. Le fonti storiche ricordano che faceva arrivare nella penisola iberica i salumi della propria terra, utilizzandoli anche come dono nelle relazioni con le corti europee.

Piacenza 1714 amplia il progetto Origini Edition

La nuova proposta segue Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Origini Edition, sviluppato con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe, punta a rendere riconoscibili le produzioni Dop e Igp nei luoghi di viaggio, collegando il consumo quotidiano alla storia delle filiere e dei territori.

Autogrill indica che circa il 75% dei propri acquisti annuali di alimenti e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e che l'assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. L'azienda opera nel gruppo Avolta, presente a livello globale nel travel retail e nella ristorazione, mentre in Italia il marchio Autogrill resta particolarmente legato al canale autostradale.

I rappresentanti dei consorzi hanno sottolineato la possibilità di far conoscere le denominazioni a un pubblico ampio e internazionale. Il presidente del Consorzio Asiago, Fiorenzo Rigoni, ha richiamato il valore della filiera casearia e della produzione a caglio vegetale. Con **Piacenza 1714**, la rete di ristorazione porta quindi insieme tre denominazioni tutelate e altrettanti territori.

Share

Articolo precedente
Rally Città di Bassano, un premio alla livrea più bella in memoria di Leone Donazzan

Articolo successivo
Caregiver familiari in Veneto, Morosin: «Legge necessaria, ora voto unanime in Aula»

- Pubblicità -

CRONACA VICENTINA

Infortuni sul lavoro in Veneto, Cgil: «Tre tragedie in poche ore,...

Redazione ViPiù - 29 Settembre 2026, 19:35

Sugli infortuni sul lavoro in Veneto, Cgil regionale, Vicenza e Treviso chiedono più ispettori, controlli e contrasto alle irregolarità negli appalti.

Commercio di prossimità a Schio, la maggioranza critica l'astensione delle opposizioni
29 Settembre 2026, 19:34

Volksbank Vicenza Volley presenta la stagione 2026-2027 e punta alla vittoria...
29 Settembre 2026, 18:36

Morte sul lavoro ad Altavilla, Cisl Vicenza: «Serve una vera cultura...
29 Settembre 2026, 18:35

Vimar porta design e tecnologia vicentina nel nuovo W Florence Hotel...
29 Settembre 2026, 17:33

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

italiaonline LIBERO VIRGILIO PAGINEGIALLE PAGINEGIALLE SHOP PGCASA PAGINEBIANCHE TUTTOCITTÀ DILEI SIVIAGGIA MENU

Imperia
SCOPRI ALTRE CITTÀ
CERCA
ROMA MILANO NAPOLI PALERMO TORINO GENOVA IN ITALIA
METEO OGGI 28°

HOME AZIENDE NOTIZIE EVENTI CINEMA FARMACIE MAGAZINE METEO MAPPA REGISTRA ATTIVITÀ

ULTIMA ORA CRONACA POLITICA ECONOMIA SPETTACOLO SPORT TECNOLOGIA RASSEGNA STAMPA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

Condividi Invia

"Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di...

Leggi tutta la notizia

Sanremo news.it | 29-09-2026 16:20

Categoria: CRONACA

ARTICOLI CORRELATI

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"
Sanremo news.it | 29-09-2026 15:22

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
Sanremo news.it | 29-09-2026 15:40

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
Sanremo news.it | 29-09-2026 15:20

Notizie più lette

1 Malagò loda l'Italia di Mancini: "Si vede la luce in fondo al tunnel"
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:42

2 Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:40

3 GrAudio Flash delle 15:50 del 29 settembre
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:40

4 Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:40

5 Al Bano, acrobazie a 83 anni: canta e... si arrampica sul palco - Il
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:40

Temi caldi del momento

audio support graudio
graudio flash territorio salute
sicurezza lavoro sport donne
prevenzione foto

Gli appuntamenti
In città e dintorni

Cosa ti serve?
Info e numeri utili in città

Imperia
FARMACIE DI TURNO
oggi 29 Settembre
Inserisci Indirizzo
TROVA

La tua lavatrice non funziona più? Corri ai ripari

Fai crescere gli affari, crea la tua schede gratuita

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIRGILIO
www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Condividi Invia

"Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora...

Leggi tutta la notizia

Sanremo news.it | 29-09-2026 15:22

Categoria: ECONOMIA

ARTICOLI CORRELATI

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:20

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy
Sanremo news.it | 29-09-2026 15:40

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"
Sanremo news.it | 29-09-2026 15:20

Notizie più lette

1 Malagò loda l'Italia di Mancini: "Si vede la luce in fondo al tunnel"
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:42

2 Tedua, l'infanzia senza genitori: "Ho perdonato entrambi, ho reagito al dolore con il sorriso"
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:40

3 GrAudio Flash delle 15:50 del 29 settembre
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:40

4 Niente Europei per Pogacar, la sua squadra lo ferma: troppo rischioso correre
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:40

5 Al Bano, acrobazie a 83 anni: canta e... si arrampica sul palco - Il
Sanremo news.it | 29-09-2026 16:40

Temi caldi del momento

audio support graudio graudio flash territorio salute sicurezza lavoro sport donne prevenzione foto

Gli appuntamenti
In città e dintorni

Cosa ti serve?
Info e numeri utili in città

FARMACIE DI TURNO
oggi 29 Settembre
Inserisci Indirizzo
TROVA

Pizzeria o trattoria prima del cinema stasera?

La cultura e lo spettacolo della tua città fanno notizia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERE.IT

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

immagine

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino ´Piacenza 1714´, quarta ricetta del progetto ´Origini Edition´ dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane.
La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L´iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell´agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento. Il tuo browser non supporta il video.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da Adnkronos

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Infortuni, Relazione annuale Inail 2025: 600mila denunce...
2 633

Box Office, record per film-concerto di Ultimo: miglior...
2 573

Spazio, al via domani Bex: la prima expo-conference targata Ieg
2 560

Tumori, Ail Milano Monza Brianza: "50 anni con i pazienti e...
2 543

The Spirits Club firma imbottigliamento esclusivo del Cask n....
2 508

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERE.IT

www.ecostampa.it

un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da Adnkronos

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Infortuni, Relazione annuale Inail 2025: 600mila denunce...
2 633

Box Office, record per film-concerto di Ultimo: miglior...
2 573

Spazio, al via domani Bex: la prima expo-conference targata Ieg
2 561

Tumori, Ail Milano Monza Brianza: "50 anni con i pazienti e...
2 543

The Spirits Club firma imbottigliamento esclusivo del Cask n....
2 508

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERE.IT

www.ecostampa.it

qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori”.

Commenti

Vivere Italia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: SS Adriatica Km 271 snc Senigallia AN Tel. 071.7922415.

RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereitalia. Informativa sulla Privacy.Pubblicità: 071.7921452.
Accedi | Pagina generata in 0.02 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un ´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Il tuo browser non supporta il video.

[Rosati (Fondazione Qualivita), ´panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana´]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI
Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

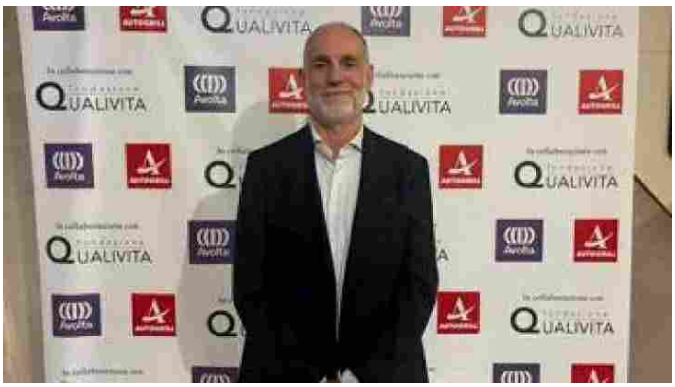
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Infortuni, Relazione annuale Inail 2025: 600mila denunce...
2 633

Box Office, record per film-concerto di Ultimo: miglior...
2 573

Spazio, al via domani Bex: la prima expo-conference targata Ieg
2 560

Tumori, Ail Milano Monza Brianza: "50 anni con i pazienti e...
2 543

The Spirits Club firma imbottigliamento esclusivo del Cask n....
2 508

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Vivere Srl

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'editore di LaC Maduli raccoglie la sfida dell'IA:...

2 11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERE.SRL

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

Vivere Srl

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'editore di LaC Maduli raccoglie la sfida dell'IA:...

2 11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERE.SRL

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERE.SRL

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERE.SRL

www.ecostampa.it

Commenti

Redazione: SS Adriatica Km 271 snc, 60019 Senigallia AN
Tel. 071.7921452. - michele@vivere.it - PI 02749590424 - Iscrizione ROC 30223.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Vivere Srl

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'editore di LaC Maduli raccoglie la sfida dell'IA:...

2 11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERE.SRL

www.ecostampa.it

Commenti

Redazione: SS Adriatica Km 271 snc, 60019 Senigallia AN
Tel. 071.7921452. - michele@vivere.it - PI 02749590424 - Iscrizione ROC 30223.
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Vivere Srl

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

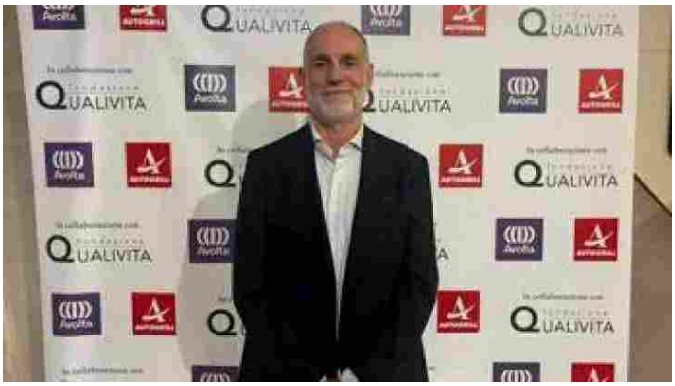
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'editore di LaC Maduli raccoglie la sfida dell’IA:...

2 11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Redazione: SS Adriatica Km 271 snc, 60019 Senigallia AN
Tel. 071.7921452. - michele@vivere.it - PI 02749590424 - Iscrizione ROC 30223.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREABRUZZO.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Operaio morto precipitando al Colosseo: Andrea Moretti aveva...
2 40

Pescara: Istituto Alberghiero 'De Cecco', riapertura del...
2 39

Tra la "d'Annunzio" e l'ENEA una convenzione quadro su...
2 35

Alla d'Annunzio torna la Notte Europea dei Ricercatori
2 34

Al Vittoriale dopo la tempesta arrivano 620mila euro di...
2 30

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREABRUZZO.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere abruzzo
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Operaio morto precipitando al Colosseo: Andrea Moretti aveva...
2 40

Pescara: Istituto Alberghiero 'De Cecco', riapertura del...
2 39

Tra la "d'Annunzio" e l'ENEA una convenzione quadro su...
2 35

Alla d'Annunzio torna la Notte Europea dei Ricercatori
2 34

Al Vittoriale dopo la tempesta arrivano 620mila euro di...
2 30

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREABRUZZO.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

VIVEREABRUZZO.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Abruzzo, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007.Redazione: Via Carracci 4 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereteramo. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Michele Pinto 380.6026026.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREABRUZZO.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy . Vi

´Piacenza 1714´, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

Autogrill presenta Piacenza 1714, quarta ricetta di Origini Edition, celebrando Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP e Aceto Balsamico di Modena IGP, con crema di carciofi e songino. Presentata a Piacenza, ricorda il cardinale Alberoni e l´uso diplomatico della norcineria locale nel 1714. L´iniziativa promuove Dop/Igp in viaggio, valorizzando filiere italiane e l´identità gastronomica regionale nell´area Autogrill/Avolta.

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREABRUZZO.IT

www.ecostampa.it

modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

I più letti della settimana

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere abruzzo
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Operaio morto precipitando al Colosseo: Andrea Moretti aveva...
2 40

Pescara: Istituto Alberghiero 'De Cecco', riapertura del...
2 39

Tra la "d'Annunzio" e l'ENEA una convenzione quadro su...
2 35

Alla d'Annunzio torna la Notte Europea dei Ricercatori
2 34

Al Vittoriale dopo la tempesta arrivano 620mila euro di...
2 30

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Abruzzo, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007.Redazione: Via Carracci 4 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereteramo. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Michele Pinto 380.6026026.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREABRUZZO.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

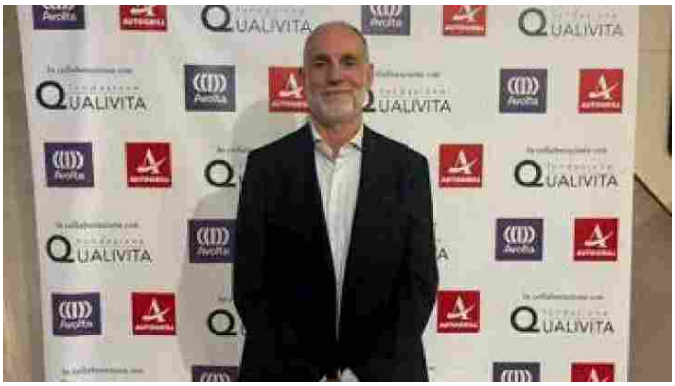
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Operaio morto precipitando al Colosseo: Andrea Moretti aveva...
2 40

Pescara: Istituto Alberghiero 'De Cecco', riapertura del...
2 39

Tra la "d'Annunzio" e l'ENEA una convenzione quadro su...
2 35

Alla d'Annunzio torna la Notte Europea dei Ricercatori
2 34

Al Vittoriale dopo la tempesta arrivano 620mila euro di...
2 30

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREABRUZZO.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Abruzzo, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007.Redazione: Via Carracci 4 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereteramo. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Michele Pinto 380.6026026.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREANCONA.IT

www.ecostampa.it

vivere ancona
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Uomo travolto e ucciso da un treno in corsa: circolazione...
2 1647

Falconara: Ancona International Airport è alla ricerca di...
2 1613

Falconara: città sotto choc, studente universitario trovato...
2 1611

Rottweiler si lancia dal terrazzo e travolge un uomo in scooter
2 1512

Falconara: boom di presenze alla Festa Afro, cala il sipario...
2 1133

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREANCONA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere ancona
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Uomo travolto e ucciso da un treno in corsa: circolazione...
2 1647

Falconara: Ancona International Airport è alla ricerca di...
2 1613

Falconara: città sotto choc, studente universitario trovato...
2 1611

Rottweiler si lancia dal terrazzo e travolge un uomo in scooter
2 1525

Falconara: boom di presenze alla Festa Afro, cala il sipario...
2 1147

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREANCONA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

VIVEREANCONA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Ancona, supplemento di Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Next Media srl. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereancona. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.02 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere ancona
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Uomo travolto e ucciso da un treno in corsa: circolazione...
2 1647

Falconara: Ancona International Airport è alla ricerca di...
2 1613

Falconara: città sotto choc, studente universitario trovato...
2 1611

Rottweiler si lancia dal terrazzo e travolge un uomo in scooter
2 1525

Falconara: boom di presenze alla Festa Afro, cala il sipario...
2 1147

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREANCONA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Ancona, supplemento di Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Next Media srl. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereancona. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.02 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere ancona
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

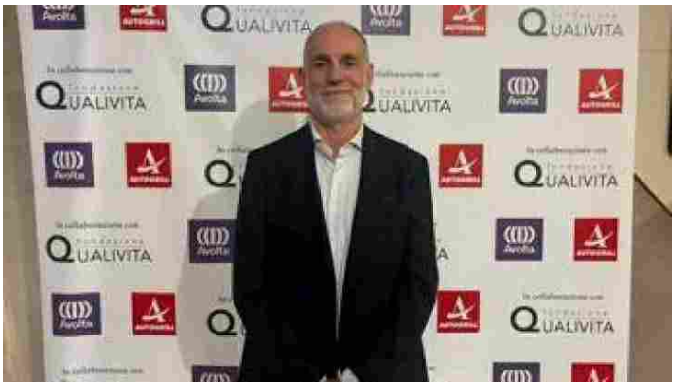
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Uomo travolto e ucciso da un treno in corsa: circolazione...
2 1647

Falconara: Ancona International Airport è alla ricerca di...
2 1613

Falconara: città sotto choc, studente universitario trovato...
2 1611

Rottweiler si lancia dal terrazzo e travolge un uomo in scooter
2 1512

Falconara: boom di presenze alla Festa Afro, cala il sipario...
2 1133

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Ancona, supplemento di Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Next Media srl. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereancona. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREANDRIA.IT

www.ecostampa.it

vivere andria
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

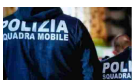
"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Auto rubate ad Andria e rimesse in vendita: scoperta la...
2 1477

Gasolio sempre più caro, gli ambulanti scendono in strada ad...
2 305


Andria, aggredisce e costringe la compagna a un rapporto...
2 298

Esplosione nella villa di Andria, identificati i due uomini...
2 164

Cotugno, il caso dei doppi ruoli: l'avv. Laura Di Pilato...
2 146

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREANDRIA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

152944-ITOQ67

vivere andria
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

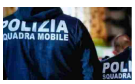
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Auto rubate ad Andria e rimesse in vendita: scoperta la...
2 1477

Gasolio sempre più caro, gli ambulanti scendono in strada ad...
2 305


Andria, aggredisce e costringe la compagna a un rapporto...
2 298

Esplosione nella villa di Andria, identificati i due uomini...
2 164

Cotugno, il caso dei doppi ruoli: l'avv. Laura Di Pilato...
2 146

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREANDRIA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREANDRIA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Andria, supplemento di Vivere Marche, testata di Vivere SRL edita da Ass. Soc. Cult. IDEAZIONE. Direttore editoriale **Michela Caracciolo**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.

Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere andria
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Auto rubate ad Andria e rimesse in vendita: scoperta la...
2 1477

Gasolio sempre più caro, gli ambulanti scendono in strada ad...
2 305

Andria, aggredisce e costringe la compagna a un rapporto...
2 298

Esplosione nella villa di Andria, identificati i due uomini...
2 164

Cotugno, il caso dei doppi ruoli: l'avv. Laura Di Pilato...
2 146

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREANDRIA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREANDRIA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere andria
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Auto rubate ad Andria e rimesse in vendita: scoperta la...
2 1477

Gasolio sempre più caro, gli ambulanti scendono in strada ad...
2 305

Andria, aggredisce e costringe la compagna a un rapporto...
2 298

Esplosione nella villa di Andria, identificati i due uomini...
2 164

Cotugno, il caso dei doppi ruoli: l'avv. Laura Di Pilato...
2 146

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Andria, supplemento di Vivere Marche, testata di Vivere SRL edita da Ass. Soc. Cult. IDEAZIONE. Direttore editoriale **Michela Caracciolo**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.

Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere andria
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

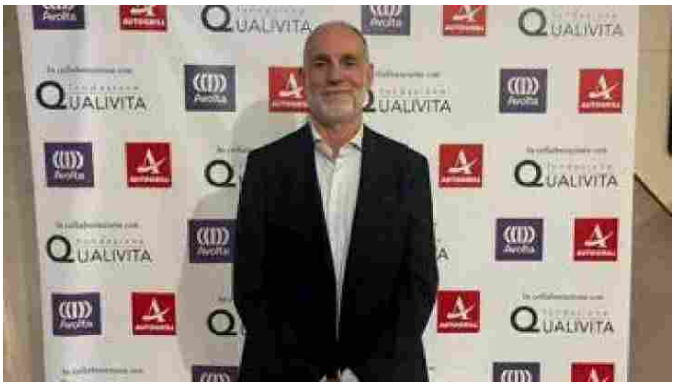
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Auto rubate ad Andria e rimesse in vendita: scoperta la...
2 1477

Gasolio sempre più caro, gli ambulanti scendono in strada ad...
2 305

Andria, aggredisce e costringe la compagna a un rapporto...
2 298

Esplosione nella villa di Andria, identificati i due uomini...
2 164

Cotugno, il caso dei doppi ruoli: l'avv. Laura Di Pilato...
2 146

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Andria, supplemento di Vivere Marche, testata di Vivere SRL edita da Ass. Soc. Cult. IDEAZIONE. Direttore editoriale **Michela Caracciolo**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.

Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere aosta
IL QUOTIDIANO ONLINE DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
www.ecostampa.it

vivere aosta
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITOR

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 21

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere aosta
IL QUOTIDIANO ONLINE DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
www.ecostampa.it

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 21 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere aosta
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila...

Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né...
Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere aosta
IL QUOTIDIANO ONLINE DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
www.ecostampa.it

vivere aosta
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITOR

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00 1' di lettura 115

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere aosta
IL QUOTIDIANO ONLINE DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 115 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere aosta
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

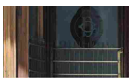
Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Parigi 2024, orari e programma di oggi: atleti italiani in gara

Trump: "Harris avrà difficoltà per il suo...

Mafia, insabbiamento appalti del '92: ex procuratore...


Camera, oggi question time con i ministri Salvini, Tajani,...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREAREZZO.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

3' di lettura

Vivere Italia 29/09/2026 - (Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

IL GIORNALE DI DOMANI

vivere toscana
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Morte David Rossi, consulenti su stato emotivo: "Era preoccupato ma nessun elemento porta a suicidio"

Pistoia: Sequestrati 21mila articoli contraffatti e non sicuri, alcuni segnalati dall'Ue per rischi alla salute dei minori

Traffico e spaccio di droga, 14 arresti tra Firenze, Prato e Pistoia

Francesco Redi e il 'Bacco in Toscana', a Montepulciano un simposio

Grosseto, auto contro guard-rail sull'Aurelia: muore una donna di 71 anni

Rifiuta l'approccio sessuale, torturata e quasi annegata nel fiume: arrestato 38enne

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo Turchia-Italia

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Infatti, “l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D’Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D’Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

da **Adnkronos**

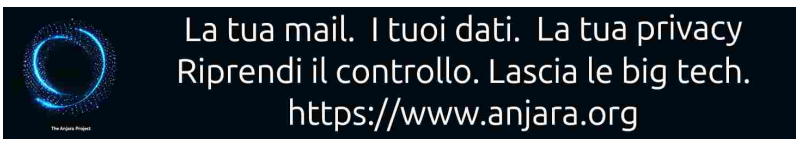
Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 0 letture

In questo articolo si parla di attualità, prima pagina, adnkronos

Questo articolo è stato pubblicato originariamente qui: g0zk-103

L'indirizzo breve è https://vivere.me/g0zk-103

Commenti



Pistoia: Sequestrati 21mila articoli contraffatti e non sicuri, alcuni segnalati dall’Ue per rischi alla salute dei minori
Morte David Rossi, consulenti su stato emotivo: "Era preoccupato ma nessun elemento porta a suicidio"

'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

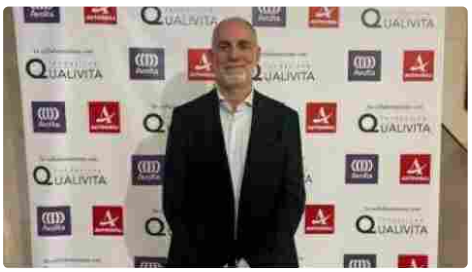
I 3 Articoli più letti della settimana

- Truffa del finto carabiniere, 21enne viene arrestato dal vero maresciallo - (11 Letture)
- Green Game arriva a Arezzo: in classe la sfida per l’ambiente! - (9 Letture)
- Tanti al Margaritone-Vasari: “L’indirizzo orafo esempio virtuoso di connessione tra mondo della scuola e del lavoro" - (7 Letture)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



1' di lettura

Vivere Italia 29/09/2026 - (Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

da **Adnkronos**

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 0 letture

In questo articolo si parla di attualità, prima pagina, adnkronos

Questo articolo è stato pubblicato originariamente qui: g0zj-103

IL GIORNALE DI DOMANI

vivere toscana
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Morte David Rossi, consulenti su stato emotivo: "Era preoccupato ma nessun elemento porta a suicidio"

Pistoia: Sequestrati 21mila articoli contraffatti e non sicuri, alcuni segnalati dall'Ue per rischi alla salute dei minori

Traffico e spaccio di droga, 14 arresti tra Firenze, Prato e Pistoia

Francesco Redi e il 'Bacco in Toscana', a Montepulciano un simposio

Grosseto, auto contro guard-rail sull'Aurelia: muore una donna di 71 anni

Rifiuta l'approccio sessuale, torturata e quasi annegata nel fiume: arrestato 38enne

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone: la tragedia davanti al centro commerciale

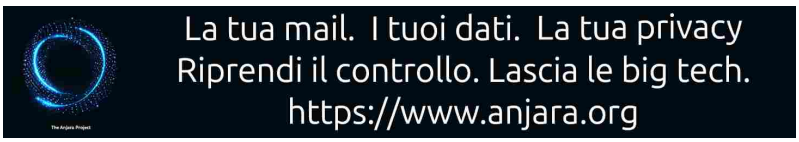
Bambino lo prega e Calafiori gli regala la maglia, il gesto dopo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

L'indirizzo breve è https://vivere.me/g0zj-103

Commenti



Pistoia: Sequestrati 21mila articoli contraffatti e non sicuri, alcuni segnalati dall'Ue per rischi alla salute dei minori
Morte David Rossi, consulenti su stato emotivo: "Era preoccupato ma nessun elemento porta a suicidio"

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con Bisignani, trattativa con J.P. Morgan invenzione"
66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione che guarda al futuro dell'industria
Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila e seicento ci sono alternative"
Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né sicurezza: l'inchiesta Adnkronos
Barilla, 4.000 tonnellate di cibo donate e 2 milioni di euro per cause sociali
» altri articoli...

Turchia-Italia

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

I 3 Articoli più letti della settimana

- Truffa del finto carabiniere, 21enne viene arrestato dal vero maresciallo - (11 Letture)
- Green Game arriva a Arezzo: in classe la sfida per l'ambiente! - (9 Letture)
- Tanti al Margaritone-Vasari: "L'indirizzo orafo esempio virtuoso di connessione tra mondo della scuola e del lavoro" - (7 Letture)

Vivere Arezzo, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.04 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere ascoli
www.ecostampa.it

vivere ascoli
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ascoli, Venuti verso la firma? Patti: "Valuteremo con mister...
2 126

Ascoli: Pubblicata online un'ordinanza per mettere freno al...
2 111

Ritmo e Impero, oltre 500 giovani per il djset al Polo...
2 83

Terra Madre 2026, il Piceno protagonista a Torino:...
2 58

La Serie B è ferma, la voglia no. Senza l'Ascoli, che...
2 53

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere ascoli

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere ascoli
www.ecostampa.it

vivere ascoli
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ascoli, Venuti verso la firma? Patti: "Valuteremo con mister...
2 126

Ascoli: Pubblicata online un'ordinanza per mettere freno al...
2 111

Ritmo e Impero, oltre 500 giovani per il djset al Polo...
2 83

Terra Madre 2026, il Piceno protagonista a Torino:...
2 58

La Serie B è ferma, la voglia no. Senza l'Ascoli, che...
2 53

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere ascoli

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere ascoli

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere ascoli

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Ascoli è supplemento di Vivere Fermo testata di Vivere SRL edita dall'Associazione Progetto Comune. Direttore responsabile **Lorenzo Bracalente**.
Registrazione presso il tribunale di Fermo n° 1 del 20 Febbraio 2018.
Redazione e Pubblicità: Contrada Miciangelo 2 Monte San Pietrangeli FM - 328.7665759
RSS: http://feedproxy.google.com/vivereascoli. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere ascoli
www.ecostampa.it

vivere ascoli
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ascoli, Venuti verso la firma? Patti: "Valuteremo con mister...
2 126

Ascoli: Pubblicata online un'ordinanza per mettere freno al...
2 111

Ritmo e Impero, oltre 500 giovani per il djset al Polo...
2 83

Terra Madre 2026, il Piceno protagonista a Torino:...
2 58

La Serie B è ferma, la voglia no. Senza l'Ascoli, che...
2 53

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere ascoli

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Ascoli è supplemento di Vivere Fermo testata di Vivere SRL edita dall'Associazione Progetto Comune. Direttore responsabile **Lorenzo Bracalente**.
Registrazione presso il tribunale di Fermo n° 1 del 20 Febbraio 2018.
Redazione e Pubblicità: Contrada Miciangelo 2 Monte San Pietrangeli FM - 328.7665759
RSS: http://feedproxy.google.com/vivereascoli. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere ascoli
www.ecostampa.it

vivere ascoli
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1
LANCIO DI AGENZIA

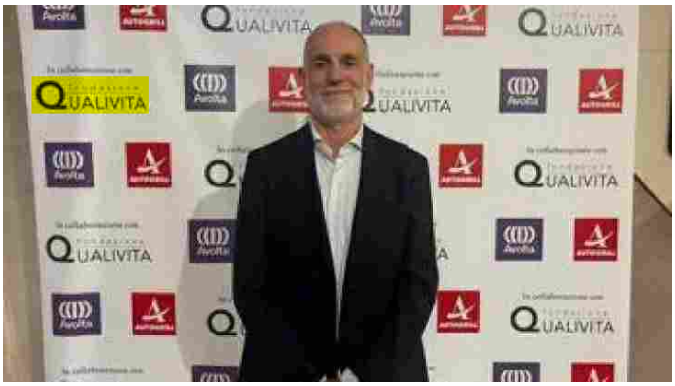
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ascoli, Venuti verso la firma? Patti: "Valuteremo con mister...
2 126

Ascoli: Pubblicata online un'ordinanza per mettere freno al...
2 111

Ritmo e Impero, oltre 500 giovani per il djset al Polo...
2 83

Terra Madre 2026, il Piceno protagonista a Torino:...
2 58

La Serie B è ferma, la voglia no. Senza l'Ascoli, che...
2 53

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere ascoli

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Ascoli è supplemento di Vivere Fermo testata di Vivere SRL edita dall'Associazione Progetto Comune. Direttore responsabile **Lorenzo Bracalente**.
Registrazione presso il tribunale di Fermo n° 1 del 20 Febbraio 2018.
Redazione e Pubblicità: Contrada Miciangelo 2 Monte San Pietrangeli FM - 328.7665759
RSS: http://feedproxy.google.com/vivereascoli. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere assisi
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Inaugurato il World Tourism Event 2026 di Assisi [VIDEO]
2 21

Parrucche per pazienti oncologici in Umbria, 300 euro a...
2 20

Sicurezza e legalità in Umbria: uno "scudo" di competenza con...
2 18

Il meteo per venerdì 25 settembre in Umbria
2 17

ProSceniUm 2026 ad Assisi, i nomi dei 9 finalisti: due sono umbri
2 16

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREASSISI.IT (WEB)

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere assisi
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Inaugurato il World Tourism Event 2026 di Assisi [VIDEO]
2 21

Parrucche per pazienti oncologici in Umbria, 300 euro a...
2 20

Sicurezza e legalità in Umbria: uno "scudo" di competenza con...
2 18

Il meteo per venerdì 25 settembre in Umbria
2 17

ProSceniUm 2026 ad Assisi, i nomi dei 9 finalisti: due sono umbri
2 16

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREASSISI.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREASSISI.IT (WEB)

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Umbria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereumbria. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere assisi
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Inaugurato il World Tourism Event 2026 di Assisi [VIDEO]
2 21

Parrucche per pazienti oncologici in Umbria, 300 euro a...
2 20

Sicurezza e legalità in Umbria: uno "scudo" di competenza con...
2 18

Il meteo per venerdì 25 settembre in Umbria
2 17

ProSceniUm 2026 ad Assisi, i nomi dei 9 finalisti: due sono umbri
2 16

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Umbria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereumbria. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere assisi
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

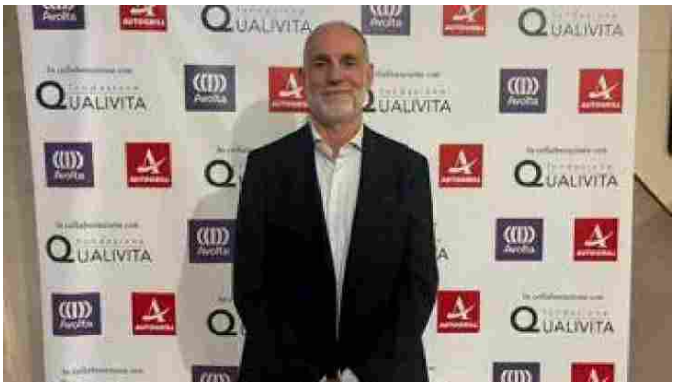
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Inaugurato il World Tourism Event 2026 di Assisi [VIDEO]
2 21

Parrucche per pazienti oncologici in Umbria, 300 euro a...
2 20

Sicurezza e legalità in Umbria: uno "scudo" di competenza con...
2 18

Il meteo per venerdì 25 settembre in Umbria
2 17

ProSceniUm 2026 ad Assisi, i nomi dei 9 finalisti: due sono umbri
2 16

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Umbria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereumbria. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere avellino
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

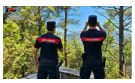
(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Serino, abbruciamento di residui vegetali: i carabinieri...
2 9

Baiano, controlli dei Carabinieri sui luoghi di lavoro:...
2 7

Incendi boschivi, controlli dei Carabinieri: una persona...
2 6

Montefredane, maxi sequestro dei Carabinieri Forestali:...
2 6

Bilancio estivo controlli Carabinieri NAS Salerno nelle...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREAVELLINO.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

VIVEREAVELLINO.IT

www.ecostampa.it

vivere avellino
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

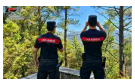
Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Serino, abbruciamento di residui vegetali: i carabinieri...
2 9

Baiano, controlli dei Carabinieri sui luoghi di lavoro:...
2 7

Incendi boschivi, controlli dei Carabinieri: una persona...
2 6

Montefredane, maxi sequestro dei Carabinieri Forestali:...
2 6

Bilancio estivo controlli Carabinieri NAS Salerno nelle...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREAVELLINO.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

VIVEREAVELLINO.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Avellino, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Webmaster: Roberto Posanzini.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREAVELLINO.IT

www.ecostampa.it

vivere avellino
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

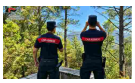
https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Serino, abbruciamento di residui vegetali: i carabinieri...
2 9

Baiano, controlli dei Carabinieri sui luoghi di lavoro:...
2 7

Incendi boschivi, controlli dei Carabinieri: una persona...
2 6

Montefredane, maxi sequestro dei Carabinieri Forestali:...
2 6

Bilancio estivo controlli Carabinieri NAS Salerno nelle...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Avellino, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Webmaster: Roberto Posanzini.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREAVELLINO.IT

www.ecostampa.it

vivere avellino
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

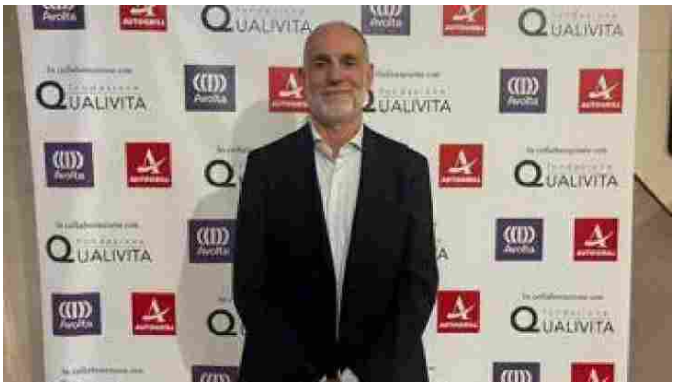
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



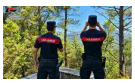
(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Serino, abbruciamento di residui vegetali: i carabinieri...
2 9

Baiano, controlli dei Carabinieri sui luoghi di lavoro:...
2 7

Incendi boschivi, controlli dei Carabinieri: una persona...
2 6

Montefredane, maxi sequestro dei Carabinieri Forestali:...
2 6

Bilancio estivo controlli Carabinieri NAS Salerno nelle...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Avellino, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Webmaster: Roberto Posanzini.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREBASILICATA.IT

www.ecostampa.it

vivere basilicata
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Boom di prenotazioni per 'Narciso' di Caravaggio a Potenza,...
2 11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREBASILICATA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

VIVEREBASILICATA.IT

www.ecostampa.it

vivere basilicata
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Boom di prenotazioni per 'Narciso' di Caravaggio a Potenza,...
2 11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREBASILICATA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

VIVEREBASILICATA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREBASILICATA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Basilicata, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREBASILICATA.IT

www.ecostampa.it

vivere basilicata
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Boom di prenotazioni per 'Narciso' di Caravaggio a Potenza,...
2 11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Basilicata, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREBASILICATA.IT

www.ecostampa.it

vivere basilicata
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1
LANCIO DI AGENZIA

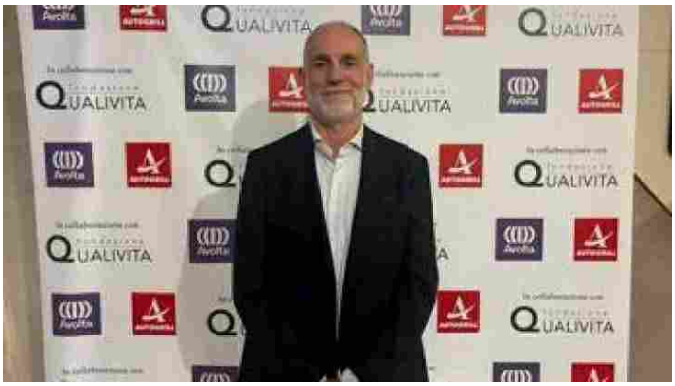
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Boom di prenotazioni per 'Narciso' di Caravaggio a Potenza,...
2 11

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Basilicata, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Selma Ezzine incanta a Tale e Quale Show: applausi e...
2 382

Perquisizioni all'alba tra Benevento e provincia: 19 indagati...
2 369

Benevento, tutto pronto per il grande ritorno del tuning:...
2 334

Tragedia a Cusano Mutri, 28enne perde la vita dopo il...
2 275

Benevento, il tuning conquista la città: auto da tutta Italia...
2 264

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Selma Ezzine incanta a Tale e Quale Show: applausi e...
2 382

Perquisizioni all'alba tra Benevento e provincia: 19 indagati...
2 369

Benevento, tutto pronto per il grande ritorno del tuning:...
2 335

Tragedia a Cusano Mutri, 28enne perde la vita dopo il...
2 275

Benevento, il tuning conquista la città: auto da tutta Italia...
2 264

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Benevento, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Nicola Colucci**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Sky'N Project Pubblicità: skynproject@libero.it
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Selma Ezzine incanta a Tale e Quale Show: applausi e...
2 382

Perquisizioni all'alba tra Benevento e provincia: 19 indagati...
2 369

Benevento, tutto pronto per il grande ritorno del tuning:...
2 335

Tragedia a Cusano Mutri, 28enne perde la vita dopo il...
2 275

Benevento, il tuning conquista la città: auto da tutta Italia...
2 264

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Selma Ezzine incanta a Tale e Quale Show: applausi e...
2 382

Perquisizioni all'alba tra Benevento e provincia: 19 indagati...
2 369

Benevento, tutto pronto per il grande ritorno del tuning:...
2 335

Tragedia a Cusano Mutri, 28enne perde la vita dopo il...
2 275

Benevento, il tuning conquista la città: auto da tutta Italia...
2 264

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Benevento, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Nicola Colucci**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Sky'N Project Pubblicità: skynproject@libero.it
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

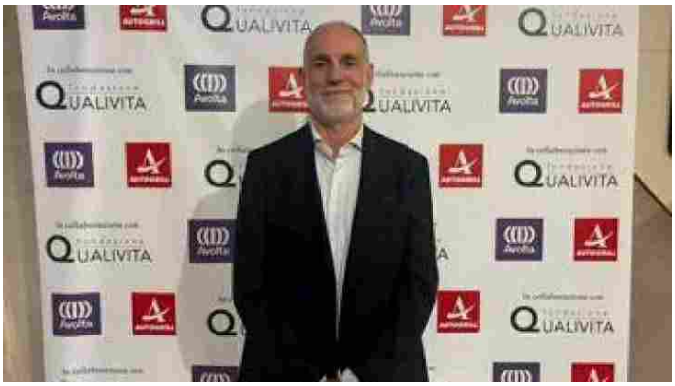
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Selma Ezzine incanta a Tale e Quale Show: applausi e...
2 382

Perquisizioni all'alba tra Benevento e provincia: 19 indagati...
2 369

Benevento, tutto pronto per il grande ritorno del tuning:...
2 334

Tragedia a Cusano Mutri, 28enne perde la vita dopo il...
2 275

Benevento, il tuning conquista la città: auto da tutta Italia...
2 264

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverebenevento.it
vivere benevento
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Benevento, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Nicola Colucci**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Sky'N Project Pubblicità: skynproject@libero.it
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECALABRIA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Tra sport e studio, l'UniCal svela la sua squadra di volley e...
2 28

Reggio Calabria: armi e intimidazione ad Arghillà, operazione...
2 24

Scilla, violenza sessuale ai danni di una turista brasiliana:...
2 24

Carburanti, in Calabria si paga più della media nazionale:...
2 23

Piante di canapa indiana alte fino a 4 metri: scoperta una...
2 22

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECALABRIA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

VIVERECALABRIA.IT

www.ecostampa.it

vivere calabria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Tra sport e studio, l'UniCal svela la sua squadra di volley e...
2 28

Reggio Calabria: armi e intimidazione ad Arghillà, operazione...
2 24

Scilla, violenza sessuale ai danni di una turista brasiliana:...
2 24

Carburanti, in Calabria si paga più della media nazionale:...
2 23

Piante di canapa indiana alte fino a 4 metri: scoperta una...
2 22

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERECALABRIA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECALABRIA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Calabria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECALABRIA.IT

www.ecostampa.it

vivere calabria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Tra sport e studio, l'UniCal svela la sua squadra di volley e...
2 28

Reggio Calabria: armi e intimidazione ad Arghillà, operazione...
2 24

Scilla, violenza sessuale ai danni di una turista brasiliana:...
2 24

Carburanti, in Calabria si paga più della media nazionale:...
2 23

Piante di canapa indiana alte fino a 4 metri: scoperta una...
2 22

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Calabria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECALABRIA.IT

www.ecostampa.it

vivere calabria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

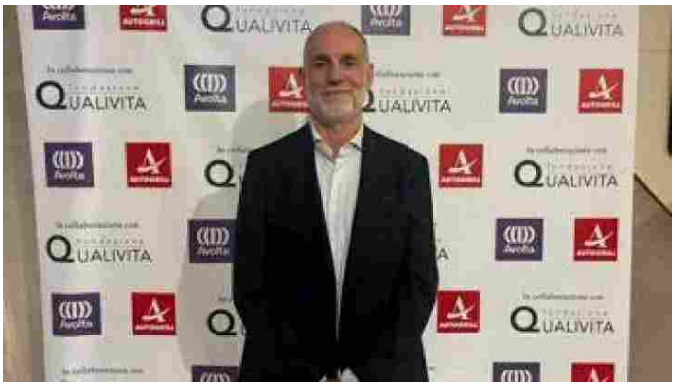
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Tra sport e studio, l’UniCal svela la sua squadra di volley e...
2 28

Reggio Calabria: armi e intimidazione ad Arghillà, operazione...
2 24

Scilla, violenza sessuale ai danni di una turista brasiliana:...
2 24

Carburanti, in Calabria si paga più della media nazionale:...
2 23

Piante di canapa indiana alte fino a 4 metri: scoperta una...
2 22

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Calabria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere campania
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Roberto Vecchioni, concerto annullato a Salerno per "motivi...
2 27

Montesarchio, blitz antidroga: arrestati due noti pregiudicati
2 27

Benevento: Donazione multiorgano al San Pio di Benevento:...
2 24

Napoli, tenta di uccidere la moglie: carabinieri fanno...
2 23

Incendi sul Taburno, spento il rogo tra Bonea e Bucciano: a...
2 21

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECAMPANIA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere campania
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Roberto Vecchioni, concerto annullato a Salerno per "motivi...
2 27

Montesarchio, blitz antidroga: arrestati due noti pregiudicati
2 27

Benevento: Donazione multiorgano al San Pio di Benevento:...
2 24

Napoli, tenta di uccidere la moglie: carabinieri fanno...
2 23

Incendi sul Taburno, spento il rogo tra Bonea e Bucciano: a...
2 21

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECAMPANIA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERECAMPANIA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Campania, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007. Iscrizione ROC 16629. Redazione: Via Verdi 103/h 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci e Michela Zitti.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereancona. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità **Laura Rotoloni** 340.1798222.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere campania
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Roberto Vecchioni, concerto annullato a Salerno per "motivi...
2 27

Montesarchio, blitz antidroga: arrestati due noti pregiudicati
2 27

Benevento: Donazione multiorgano al San Pio di Benevento:...
2 24

Napoli, tenta di uccidere la moglie: carabinieri fanno...
2 23

Incendi sul Taburno, spento il rogo tra Bonea e Bucciano: a...
2 21

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Campania, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007. Iscrizione ROC 16629. Redazione: Via Verdi 103/h 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci e Michela Zitti.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereancona. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità **Laura Rotoloni** 340.1798222.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECAMPANIA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

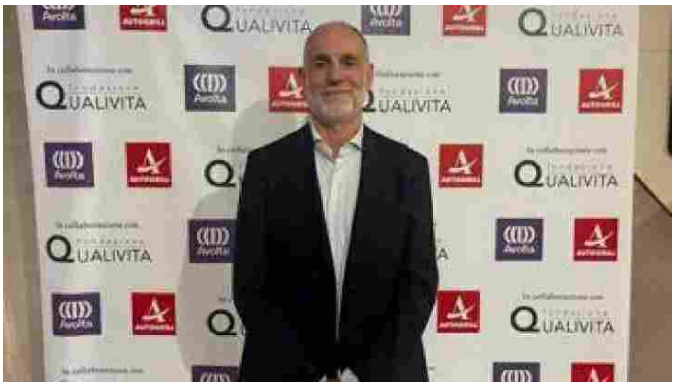
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Roberto Vecchioni, concerto annullato a Salerno per "motivi...
2 27

Montesarchio, blitz antidroga: arrestati due noti pregiudicati
2 27

Benevento: Donazione multiorgano al San Pio di Benevento:...
2 24

Napoli, tenta di uccidere la moglie: carabinieri fanno...
2 23

Incendi sul Taburno, spento il rogo tra Bonea e Bucciano: a...
2 21

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Campania, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007. Iscrizione ROC 16629. Redazione: Via Verdi 103/h 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci e Michela Zitti.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereancona. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità **Laura Rotoloni** 340.1798222.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECANICATTI.IT

www.ecostampa.it

vivere canicattì
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

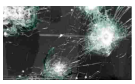
Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Castrofilippo, nuovo raggiro: corso Mooney fasullo costato...
2 574


Esplosi tre colpi di pistola contro l'abitazione di un...
2 454

Malore fatale: 48enne di Favara muore all'interno di una...
2 365

Dopo una lite con il padre, tenta il suicidio ingerendo...
2 313

Trionfo internazionale ad Atene: 16 medaglie per gli atleti...
2 306

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECANICATTI.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

152944-ITOQ67

vivere canicattì
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

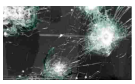
(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Castrofilippo, nuovo raggiro: corso Mooney fasullo costato...
2 574


Esplosi tre colpi di pistola contro l'abitazione di un...
2 455

Malore fatale: 48enne di Favara muore all'interno di una...
2 365

Dopo una lite con il padre, tenta il suicidio ingerendo...
2 313

Trionfo internazionale ad Atene: 16 medaglie per gli atleti...
2 306

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECANICATTI.IT

www.ecostampa.it

vivere canicattì
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

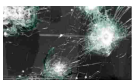
Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Castrofilippo, nuovo raggiro: corso Mooney fasullo costato...
2 574


Esplosi tre colpi di pistola contro l'abitazione di un...
2 454

Malore fatale: 48enne di Favara muore all'interno di una...
2 365

Dopo una lite con il padre, tenta il suicidio ingerendo...
2 313

Trionfo internazionale ad Atene: 16 medaglie per gli atleti...
2 306

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECANICATTI.IT

www.ecostampa.it

vivere canicattì
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

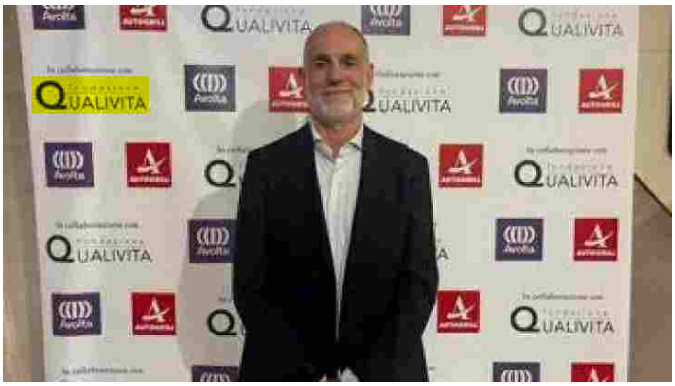
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

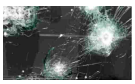
Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Castrofilippo, nuovo raggiro: corso Mooney fasullo costato...
2 574


Esplosi tre colpi di pistola contro l'abitazione di un...
2 454

Malore fatale: 48enne di Favara muore all'interno di una...
2 365

Dopo una lite con il padre, tenta il suicidio ingerendo...
2 313

Trionfo internazionale ad Atene: 16 medaglie per gli atleti...
2 306

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECASERTA.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 12

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

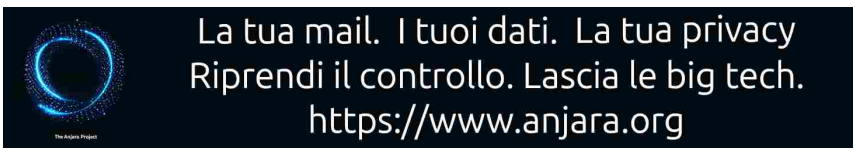
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 12 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

vivere caserta
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere campania
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Napoli, due giovani accerchiati e accoltellati all'uscita...

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Fuochi d'artificio, alcuni anche "letali": sequestri nel...

Cagliari-Inter 0-3: gol di Bastoni, Lautaro e Calhanoglu su...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECASERTA.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00 1' di lettura 115

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 115 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere caserta
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
Leggi tutti...

vivere campania
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ
Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila...

Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere catania

www.ecostampa.it

vivere catania
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da Adnkronos

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Etna in eruzione, nube di cenere alta 4 chilometri: allerta...
2 28

Etna, aeroporto di Catania chiuso: voli sospesi fino alle 12...
2 26

In Sicilia nasce il più grande impianto agrivoltaico...
2 22

Etna, continua l'emissione di cenere dal vulcano: prorogata...
2 21

Torna Sharper Night, la città diventa laboratorio a cielo...
2 20

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere catania

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere catania

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere catania

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Catania, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

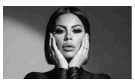
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Caro carburante, a Cerignola un presidio pacifico:...
2 401

Postazioni 118 a rischio in Capitanata, la Uil:...
2 288

Cerignola, rapina all'Action del rione Torricelli: via la...
2 251

La Confederazione delle Destre sbarca a Cerignola: parte da...
2 229


Giusy Attanasio a Cerignola questa sera: sarà ospite del...
2 174

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

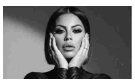
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Caro carburante, a Cerignola un presidio pacifico:...
2 401

Postazioni 118 a rischio in Capitanata, la Uil:...
2 288

Cerignola, rapina all'Action del rione Torricelli: via la...
2 251

La Confederazione delle Destre sbarca a Cerignola: parte da...
2 229


Giusy Attanasio a Cerignola questa sera: sarà ospite del...
2 174

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Cerignola, supplemento di *Vivere Marche*, testata di Vivere SRL.

Direttore editoriale: **Antonio Dilorenzo**
Direttore responsabile: **Michele Pinto**
Caporedattrice: **Cristiana Lenoci**

Registrazione presso il Tribunale di Ancona n. 9 del 29 agosto 2017 · Iscrizione ROC 30223
Informativa sulla Privacy

Segnalazioni e comunicati stampa: redazione@viverecerignola.it
Informazioni commerciali e inserzioni pubblicitarie: **348 2690684**

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

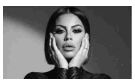
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Caro carburante, a Cerignola un presidio pacifico:...
2 401

Postazioni 118 a rischio in Capitanata, la Uil:...
2 288

Cerignola, rapina all'Action del rione Torricelli: via la...
2 251

La Confederazione delle Destre sbarca a Cerignola: parte da...
2 229


Giusy Attanasio a Cerignola questa sera: sarà ospite del...
2 174

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Cerignola, supplemento di *Vivere Marche*, testata di Vivere SRL.

Direttore editoriale: **Antonio Dilorenzo**
Direttore responsabile: **Michele Pinto**
Caporedattrice: **Cristiana Lenoci**

Registrazione presso il Tribunale di Ancona n. 9 del 29 agosto 2017 · Iscrizione ROC 30223
Informativa sulla Privacy

Segnalazioni e comunicati stampa: redazione@viverecerignola.it
Informazioni commerciali e inserzioni pubblicitarie: **348 2690684**

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

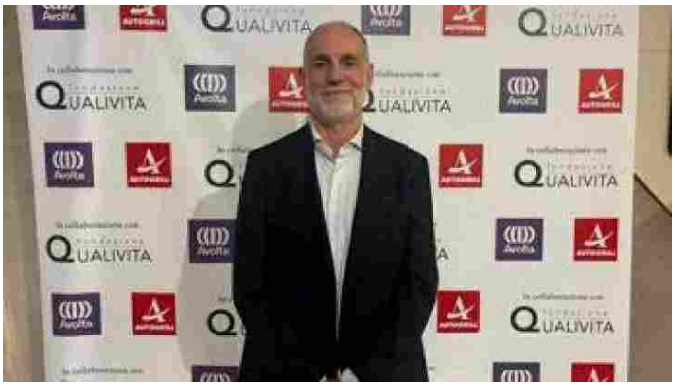
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

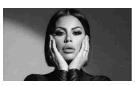
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Caro carburante, a Cerignola un presidio pacifico:...
2 401

Postazioni 118 a rischio in Capitanata, la Uil:...
2 288

Cerignola, rapina all'Action del rione Torricelli: via la...
2 251

La Confederazione delle Destre sbarca a Cerignola: parte da...
2 229


Giusy Attanasio a Cerignola questa sera: sarà ospite del...
2 174

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere cerignola
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Cerignola, supplemento di *Vivere Marche*, testata di Vivere SRL.

Direttore editoriale: **Antonio Dilorenzo**
Direttore responsabile: **Michele Pinto**
Caporedattrice: **Cristiana Lenoci**

Registrazione presso il Tribunale di Ancona n. 9 del 29 agosto 2017 · Iscrizione ROC 30223
Informativa sulla Privacy

Segnalazioni e comunicati stampa: redazione@viverecerignola.it
Informazioni commerciali e inserzioni pubblicitarie: **348 2690684**

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

viverechieti.it
vivere chieti
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 26

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverechieti.it
vivere chieti
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

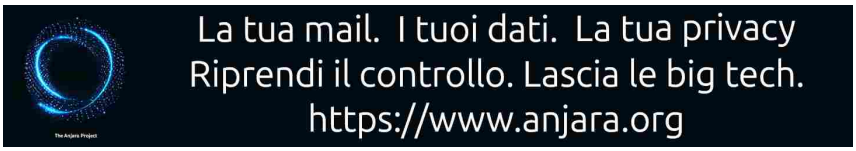
www.ecostampa.it

ARGOMENTI video

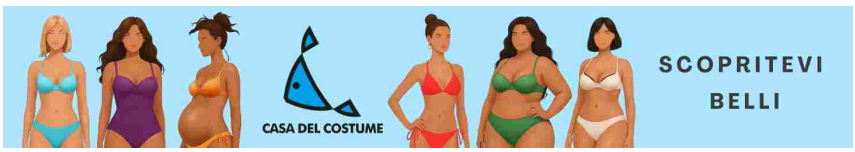
da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 26 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti



vivere chieti
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
Leggi tutti...

vivere abruzzo
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ
Pescara: segnalazione di abbandono rifiuti, "Scaricate tutti...
Pescara: venerdì in Comune un incontro informativo dedicato...
Turismo, D'Amario: "Con le Aree Movie Friendly i piccoli...
Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverechieti.it
vivere chieti
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00

1' di lettura 95

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

viverechieti.it
vivere chieti
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

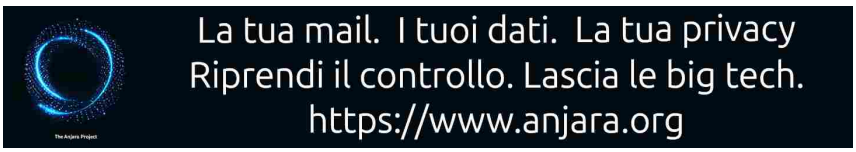
www.ecostampa.it

ARGOMENTI video

da Adnkronos

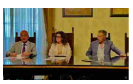
Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 95 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

vivere chieti
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
Leggi tutti...

vivere abruzzo
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Pescara: venerdì in Comune un incontro informativo dedicato...

Pescara: segnalazione di abbandono rifiuti, "Scaricate tutti...
Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

A 15 anni su un SUV rubato: sperona un'auto sulla E45 e...
2 19

Il meteo di venerdì 25 settembre in Umbria
2 17

Sicurezza e legalità in Umbria: uno "scudo" di competenza con...
2 17

Turismo dei territori: 8 italiani su 10 guardano a borghi e...
2 15

Parrucche per pazienti oncologici in Umbria, 300 euro a...
2 14

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

A 15 anni su un SUV rubato: sperona un'auto sulla E45 e...
2 19

Il meteo di venerdì 25 settembre in Umbria
2 17

Sicurezza e legalità in Umbria: uno "scudo" di competenza con...
2 17

Turismo dei territori: 8 italiani su 10 guardano a borghi e...
2 15

Parrucche per pazienti oncologici in Umbria, 300 euro a...
2 14

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Città di Castello, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

A 15 anni su un SUV rubato: sperona un'auto sulla E45 e...
2 19

Il meteo di venerdì 25 settembre in Umbria
2 17

Sicurezza e legalità in Umbria: uno "scudo" di competenza con...
2 17

Turismo dei territori: 8 italiani su 10 guardano a borghi e...
2 15

Parrucche per pazienti oncologici in Umbria, 300 euro a...
2 14

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Città di Castello, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

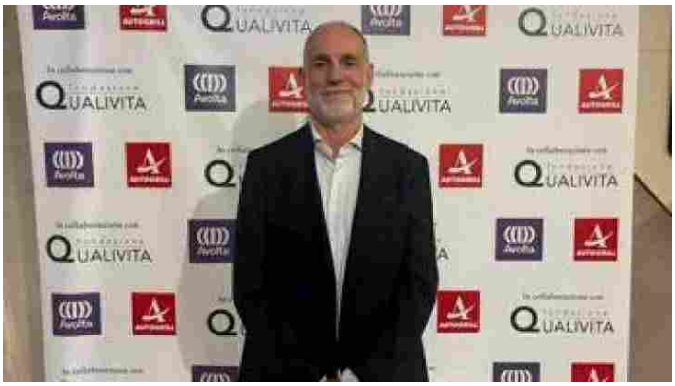
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

A 15 anni su un SUV rubato: sperona un'auto sulla E45 e...
2 19

Il meteo di venerdì 25 settembre in Umbria
2 17

Sicurezza e legalità in Umbria: uno "scudo" di competenza con...
2 17

Turismo dei territori: 8 italiani su 10 guardano a borghi e...
2 15

Parrucche per pazienti oncologici in Umbria, 300 euro a...
2 14

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere Città di Castello
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Città di Castello, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere civitanova
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Pollastrelli: "Quale futuro per le concessioni demaniali a...
2 472

Potenza Picena: disordini durante la partita, 4 denunciati e...
2 254

Grande successo per "Scorci Sonori": Civitanova Alta si è...
2 210

Weekend di street food a Civitanova Marche: sapori italiani e...
2 173

Finti carabinieri, truffatori bloccati prima della fuga in A14
2 120

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECIVITANOVA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere civitanova
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Pollastrelli: "Quale futuro per le concessioni demaniali a...
2 472

Potenza Picena: disordini durante la partita, 4 denunciati e...
2 254

Grande successo per "Scorci Sonori": Civitanova Alta si è...
2 210

Weekend di street food a Civitanova Marche: sapori italiani e...
2 173

Finti carabinieri, truffatori bloccati prima della fuga in A14
2 120

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECIVITANOVA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERECIVITANOVA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECIVITANOVA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Vivere Civitanova SRLs. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
Redazione: Via Cesare Beccaria 27/a Senigallia AN Tel. 392.2865503.
RSS: https://www.viverecivitanova.it/rss/21/rss.xml. Informativa sulla Privacy.
Direzione Editoriale e Pubblicità: Maurizio Lodico 392 2865503
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere civitanova
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Pollastrelli: "Quale futuro per le concessioni demaniali a...
2 472

Potenza Picena: disordini durante la partita, 4 denunciati e...
2 254

Grande successo per "Scorci Sonori": Civitanova Alta si è...
2 210

Weekend di street food a Civitanova Marche: sapori italiani e...
2 173

Finti carabinieri, truffatori bloccati prima della fuga in A14
2 120

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Vivere Civitanova SRLs. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
Redazione: Via Cesare Beccaria 27/a Senigallia AN Tel. 392.2865503.
RSS: https://www.viverecivitanova.it/rss/21/rss.xml. Informativa sulla Privacy.
Direzione Editoriale e Pubblicità: Maurizio Lodico 392 2865503
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere civitanova
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

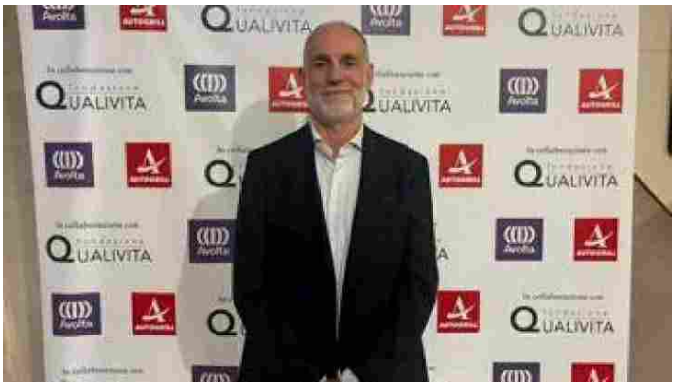
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Pollastrelli: "Quale futuro per le concessioni demaniali a...
2 472

Potenza Picena: disordini durante la partita, 4 denunciati e...
2 254

Grande successo per "Scorci Sonori": Civitanova Alta si è...
2 210

Weekend di street food a Civitanova Marche: sapori italiani e...
2 173

Finti carabinieri, truffatori bloccati prima della fuga in A14
2 120

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

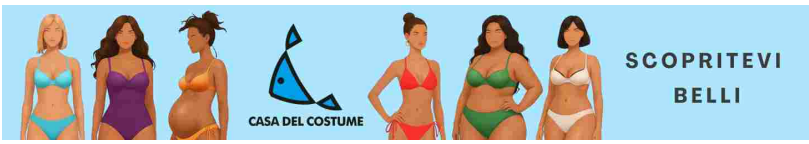
Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Vivere Civitanova SRLs. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
Redazione: Via Cesare Beccaria 27/a Senigallia AN Tel. 392.2865503.
RSS: https://www.viverecivitanova.it/rss/21/rss.xml. Informativa sulla Privacy.
Direzione Editoriale e Pubblicità: Maurizio Lodico 392 2865503
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECOMO.IT

www.ecostampa.it



LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 26

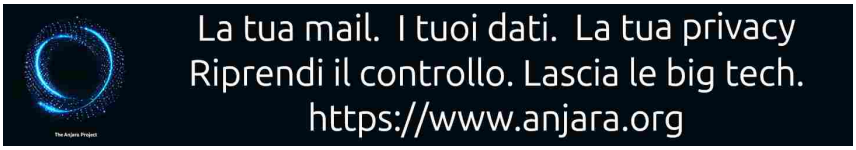
(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos



Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 26 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere como
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere lombardia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Garlasco, numero di scarpa compatibile con quella del killer...

Alberto Stasi dopo la chiusura delle nuove indagini su...

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero'...

Caso Garlasco, il consulente dei Poggi: "Sui pedali della...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECORIGLIANO.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 4

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 4 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

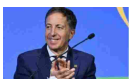
vivere corigliano rossano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Corigliano-Rossano, incidente in moto: muore un 26enne

Non basta dire alle donne: "Denunciate". Il territorio deve...

Leggi tutti...

vivere calabria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ


Reggio Calabria: Suppletive, centrodestra esulta per...

Curinga: colto ad appiccare un incendio, arrestato

Corigliano-Rossano, incidente in moto: muore un 26enne

Santo Stefano in Aspromonte, spara contro due fratelli dopo...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECOSENZA.IT

www.ecostampa.it

vivere cosenza
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

San Giovanni in Fiore, il giorno più nero del sindaco diventa...
2 627

Ilaria Arnone, «Non è una gara»: il talento cosentino in...
2 366

San Giovanni in Fiore, il sindaco Barile: «Un disavanzo di...
2 253

Paura a Castrolibero, auto precipita nel parcheggio della...
2 213

DSP: «Si stanno barricando nel Palazzo. La democrazia non può...
2 197

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERECOSENZA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere cosenza
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

San Giovanni in Fiore, il giorno più nero del sindaco diventa...
2 627

Ilaria Arnone, «Non è una gara»: il talento cosentino in...
2 366

San Giovanni in Fiore, il sindaco Barile: «Un disavanzo di...
2 253

Paura a Castrolibero, auto precipita nel parcheggio della...
2 213

DSP: «Si stanno barricando nel Palazzo. La democrazia non può...
2 197

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECOSENZA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERECOSENZA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Cosenza, supplemento edito da Carmine Ivan Greco di Vivere Marche, testata di Vivere SRL.
Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Martri di Melissa 5 87040 Castrolibero (CS). Tel. +39 335 159 3911 - 0984 645956
Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERECOSENZA.IT

www.ecostampa.it

vivere cosenza
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

San Giovanni in Fiore, il giorno più nero del sindaco diventa...
2 627

Ilaria Arnone, «Non è una gara»: il talento cosentino in...
2 366

San Giovanni in Fiore, il sindaco Barile: «Un disavanzo di...
2 253

Paura a Castrolibero, auto precipita nel parcheggio della...
2 213

DSP: «Si stanno barricando nel Palazzo. La democrazia non può...
2 197

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Cosenza, supplemento edito da Carmine Ivan Greco di Vivere Marche, testata di Vivere SRL.
Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Martri di Melissa 5 87040 Castrolibero (CS). Tel. +39 335 159 3911 - 0984 645956
Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere cosenza
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

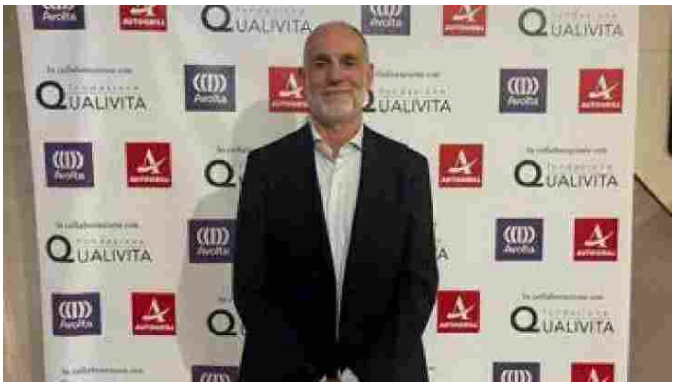
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

San Giovanni in Fiore, il giorno più nero del sindaco diventa...
2 627

Ilaria Arnone, «Non è una gara»: il talento cosentino in...
2 366

San Giovanni in Fiore, il sindaco Barile: «Un disavanzo di...
2 253

Paura a Castrolibero, auto precipita nel parcheggio della...
2 213

DSP: «Si stanno barricando nel Palazzo. La democrazia non può...
2 197

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Cosenza, supplemento edito da Carmine Ivan Greco di Vivere Marche, testata di Vivere SRL.
Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Martri di Melissa 5 87040 Castrolibero (CS). Tel. +39 335 159 3911 - 0984 645956
Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEMILIAROMAGNA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

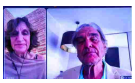
Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Carpi: Festa del Racconto 2026: dal 30 settembre al 4...
2 62


Oliver Stone a Ferrara: previsti incontri pubblici, momenti...
2 56

Cane vaga contromano sull'A14 tra Pesaro e Cattolica, salvato...
2 56

Ferrara: Controlli in zona stazione, denunciato un uomo...
2 56

Ricostruzione post alluvione. Al via due nuovi cantieri nel...
2 55

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEMILIAROMAGNA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

VIVEREEMILIAROMAGNA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

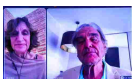
(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Carpi: Festa del Racconto 2026: dal 30 settembre al 4...
2 62


Oliver Stone a Ferrara: previsti incontri pubblici, momenti...
2 56

Cane vaga contromano sull'A14 tra Pesaro e Cattolica, salvato...
2 56

Ferrara: Controlli in zona stazione, denunciato un uomo...
2 56

Ricostruzione post alluvione. Al via due nuovi cantieri nel...
2 55

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEMILIAROMAGNA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREEMILIAROMAGNA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Emilia Romagna, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007.Redazione: Via Carracci 4 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivererimini. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Michele Pinto 380.6026026.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEMILIAROMAGNA.IT

www.ecostampa.it

vivere emilia romagna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

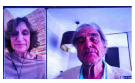
Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Carpi: Festa del Racconto 2026: dal 30 settembre al 4...
2 62


Oliver Stone a Ferrara: previsti incontri pubblici, momenti...
2 56

Cane vaga contromano sull'A14 tra Pesaro e Cattolica, salvato...
2 56

Ferrara: Controlli in zona stazione, denunciato un uomo...
2 56

Ricostruzione post alluvione. Al via due nuovi cantieri nel...
2 55

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEMILIAROMAGNA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Emilia Romagna, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007.Redazione: Via Carracci 4 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivererimini. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Michele Pinto 380.6026026.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEMILIAROMAGNA.IT

www.ecostampa.it

vivere emilia romagna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

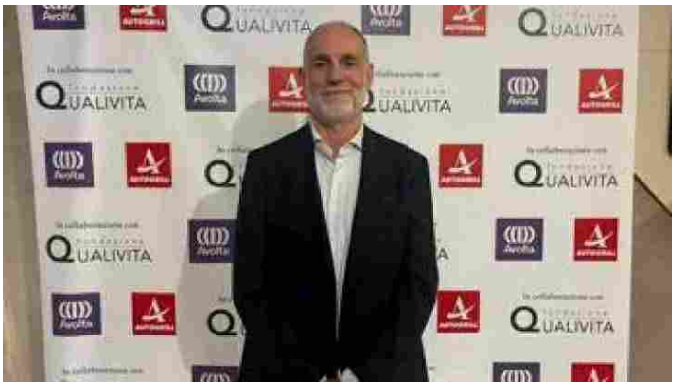
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

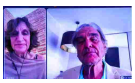
Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Carpi: Festa del Racconto 2026: dal 30 settembre al 4...
2 62


Oliver Stone a Ferrara: previsti incontri pubblici, momenti...
2 56

Cane vaga contromano sull'A14 tra Pesaro e Cattolica, salvato...
2 56

Ferrara: Controlli in zona stazione, denunciato un uomo...
2 56

Ricostruzione post alluvione. Al via due nuovi cantieri nel...
2 55

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Emilia Romagna, supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Edizioni Vivere SRL.Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007.Redazione: Via Carracci 4 60019 Senigallia AN Tel. 071.7921452.Progetto grafico: Ilaria Paolucci.Webmaster: Roberto Posanzini.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivererimini. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: Michele Pinto 380.6026026.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEUROPA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ucraina, Rutte: "Putin è nel panico, noi siamo più forti...
2 252

La settimana europea: il meglio (e il peggio) dell'UE dal 21...
2 239

Russia provoca, Polonia pronta a rispondere: "Putin non...
2 231

Ucraina ancora sotto attacco russo: raid su stazioni di...
2 224

Modella brasiliana di 25 anni trovata morta nel bagagliaio di...
2 220

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEUROPA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere europa
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ucraina, Rutte: "Putin è nel panico, noi siamo più forti...
2 252

La settimana europea: il meglio (e il peggio) dell'UE dal 21...
2 239

Russia provoca, Polonia pronta a rispondere: "Putin non...
2 231

Ucraina ancora sotto attacco russo: raid su stazioni di...
2 224

Modella brasiliana di 25 anni trovata morta nel bagagliaio di...
2 220

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

VIVEREEUROPA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Europa, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREEUROPA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ucraina, Rutte: "Putin è nel panico, noi siamo più forti...
2 252

La settimana europea: il meglio (e il peggio) dell'UE dal 21...
2 239

Russia provoca, Polonia pronta a rispondere: "Putin non...
2 231

Ucraina ancora sotto attacco russo: raid su stazioni di...
2 224

Modella brasiliana di 25 anni trovata morta nel bagagliaio di...
2 220

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Europa, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere europa
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI
Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

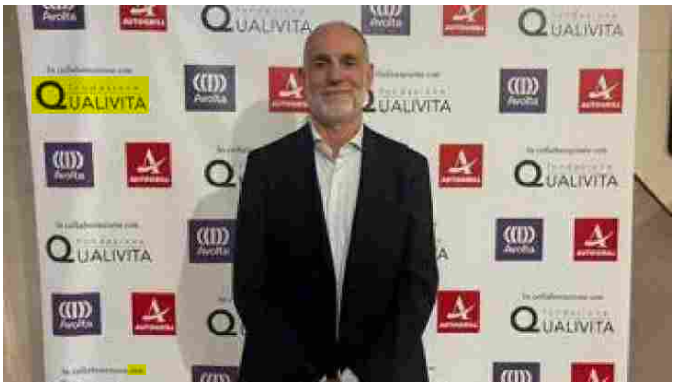
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ucraina, Rutte: "Putin è nel panico, noi siamo più forti...
2 252

La settimana europea: il meglio (e il peggio) dell'UE dal 21...
2 239

Russia provoca, Polonia pronta a rispondere: "Putin non...
2 231

Ucraina ancora sotto attacco russo: raid su stazioni di...
2 224

Modella brasiliana di 25 anni trovata morta nel bagagliaio di...
2 220

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Europa, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SOCIAL CATEGORIE NETWORK SERVIZI CONTATTI Cerca

vivere fabriano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Parco Nazionale dei Monti Sibillini ACQUAMEREA IT NEREA PURA COME LA NATURA

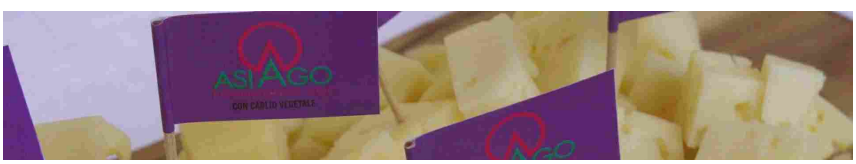
Top News Ultima Ora

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

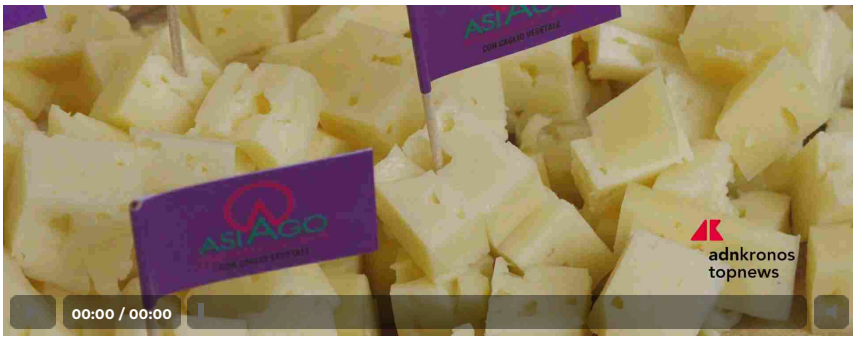
29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 12

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67



ARGOMENTI video

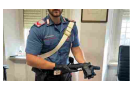
da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 12 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere fabriano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO


Armato di una scacciacani davanti a un locale: intervengono i...

Approvata la quinta variazione di bilancio, Ghergo: "Diamo...

Leggi tutti...

vivere marche
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Jesi: precipita dal Torrione delle Carcerette, morta 50enne

Calcio: Sambenedettese, esonerato mister Roberto Rocco Boscaglia

Trecastelli: soggiorna in una struttura ricettiva ma paga

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFABRIANO.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Più Digitale. Più Green. Più Competitiva.
Guida la tua impresa nella doppia transizione con i voucher e i servizi gratuiti di Camera Marche.
Formazione, assessment, orientamento, assistenza personalizzata, contributi.

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00 1' di lettura 103

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

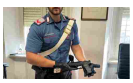
da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 103 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere fabriano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO



Armato di una scacciacani davanti a un locale: intervengono i...

Leggi tutti...

vivere marche
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Calcio: Sambenedettese, esonerato mister Roberto Rocco Boscaglia

Trecastelli: soggiorna in una struttura ricettiva ma paga con...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere fano
www.ecostampa.it

vivere fano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

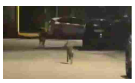
"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Colluttazione in tabaccheria, la serranda abbassata e il...
2 3633

Bici contro auto: giovanissima in eliambulanza
2 1748


Al Vallato son tornati i lupi: tre cuccioli in giro tra le case
2 1611

Successo per la prima corsa in treno storico della...
2 1542

Chiusura Ponte sul Metauro: il Circolo PD Fano Sud presenta...
2 1527

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere fano

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere fano
www.ecostampa.it

vivere fano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

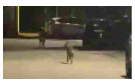
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Colluttazione in tabaccheria, la serranda abbassata e il...
2 3633

Bici contro auto: giovanissima in eliambulanza
2 1748


Al Vallato son tornati i lupi: tre cuccioli in giro tra le case
2 1611

Successo per la prima corsa in treno storico della...
2 1542

Chiusura Ponte sul Metauro: il Circolo PD Fano Sud presenta...
2 1527

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere fano

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere fano

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere fano

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Fano è supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Vivere Senigallia srls. Direttrice responsabile **Giulia Mancinelli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007. Iscrizione ROC 30133.
Redazione: Via Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 071.7922415.
Webmaster: Sigmar.
RSS: http://feeds.feedburner.com/viverefano. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere fano
www.ecostampa.it

vivere fano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

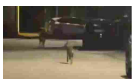
(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Colluttazione in tabaccheria, la serranda abbassata e il...
2 3633

Bici contro auto: giovanissima in eliambulanza
2 1748


Al Vallato son tornati i lupi: tre cuccioli in giro tra le case
2 1611

Successo per la prima corsa in treno storico della...
2 1542

Chiusura Ponte sul Metauro: il Circolo PD Fano Sud presenta...
2 1527

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere fano

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Fano è supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Vivere Senigallia srls. Direttrice responsabile **Giulia Mancinelli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007. Iscrizione ROC 30133.
Redazione: Via Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 071.7922415.
Webmaster: Sigmar.
RSS: http://feeds.feedburner.com/viverefano. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere fano
www.ecostampa.it

vivere fano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

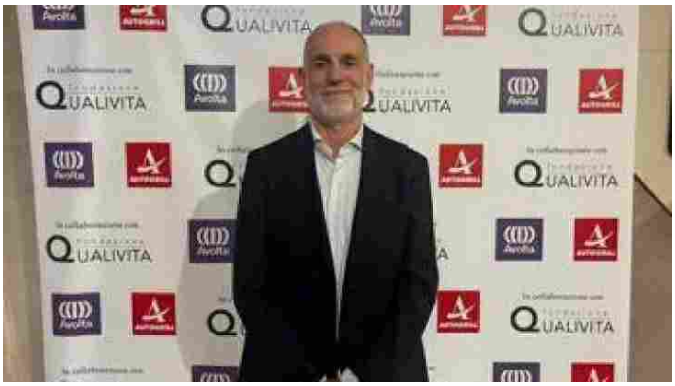
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

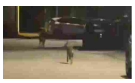
Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Colluttazione in tabaccheria, la serranda abbassata e il...
2 3633

Bici contro auto: giovanissima in eliambulanza
2 1748


Al Vallato son tornati i lupi: tre cuccioli in giro tra le case
2 1611

Successo per la prima corsa in treno storico della...
2 1542

Chiusura Ponte sul Metauro: il Circolo PD Fano Sud presenta...
2 1527

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere fano

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Fano è supplemento di Vivere Senigallia, testata edita da Vivere Senigallia srls. Direttrice responsabile **Giulia Mancinelli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007. Iscrizione ROC 30133.
Redazione: Via Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 071.7922415.
Webmaster: Sigmar.
RSS: http://feeds.feedburner.com/viverefano. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFASANO.IT

www.ecostampa.it

vivere fasano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREFASANO.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere fasano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFASANO.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREFASANO.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFASANO.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere fasano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da Adnkronos

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFASANO.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFASANO.IT

www.ecostampa.it

vivere fasano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

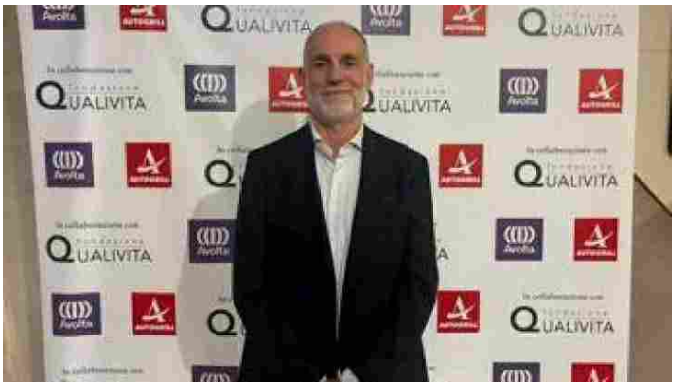
ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREFASANO.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFERMO.IT

www.ecostampa.it

x

vivere fermo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Da Porto Sant'Elpidio al Balcone delle Marche: Morena...
2 3537

Francavilla ritrova "Lu Vurgu fa Cantina": l'evento tornato a...
2 969

A Fermo una sala gremita per la presentazione del libro "La...
2 934

DAMI pulisce la spiaggia di Porto San Giorgio: "un gesto...
2 893

Montegiorgio. Stefano Achilli eletto nel Consiglio del CSV
2 845

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFERMO.IT

www.ecostampa.it

cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

x

vivere fermo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Da Porto Sant'Elpidio al Balcone delle Marche: Morena...
2 3537

Francavilla ritrova "Lu Vurgu fa Cantina": l'evento tornato a...
2 969

A Fermo una sala gremita per la presentazione del libro "La...
2 935

DAMI pulisce la spiaggia di Porto San Giorgio: "un gesto...
2 893

Montegiorgio. Stefano Achilli eletto nel Consiglio del CSV
2 845

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFERMO.IT

www.ecostampa.it

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFERMO.IT

www.ecostampa.it

qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori”.

Commenti

Vivere Fermo testata di Vivere SRL edita dall'Associazione Progetto Comune. Direttore responsabile **Lorenzo Bracalente**. Registrazione presso il tribunale di Fermo n° 1 del 20 Febbraio 2018.
Redazione e Pubblicità: Contrada Miciangelo 2 Monte San Pietrangeli FM - 328.7665759
RSS: http://feedproxy.google.com/viverefermo. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFERMO.IT

www.ecostampa.it

x

vivere fermo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da Adnkronos

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Da Porto Sant'Elpidio al Balcone delle Marche: Morena...
2 3537

Francavilla ritrova "Lu Vurgu fa Cantina": l'evento tornato a...
2 969

A Fermo una sala gremita per la presentazione del libro "La...
2 935

DAMI pulisce la spiaggia di Porto San Giorgio: "un gesto...
2 893

Montegiorgio. Stefano Achilli eletto nel Consiglio del CSV
2 845

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFERMO.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Fermo testata di Vivere SRL edita dall'Associazione Progetto Comune. Direttore responsabile **Lorenzo Bracalente**. Registrazione presso il tribunale di Fermo n° 1 del 20 Febbraio 2018.
Redazione e Pubblicità: Contrada Miciangelo 2 Monte San Pietrangeli FM - 328.7665759
RSS: http://feedproxy.google.com/viverefermo. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFERMO.IT

www.ecostampa.it

x

vivere fermo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1
LANCIO DI AGENZIA

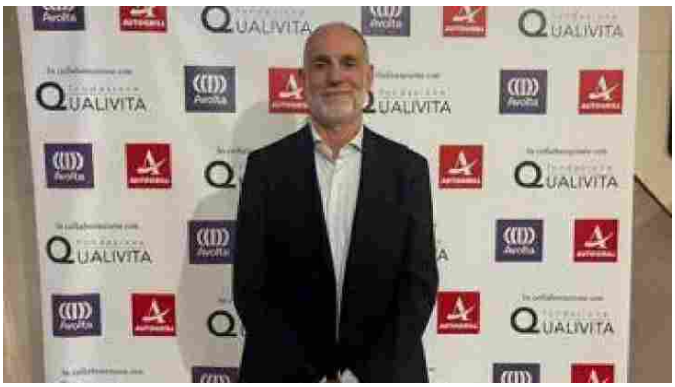
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Da Porto Sant’Elpidio al Balcone delle Marche: Morena...
2 3537

Francavilla ritrova “Lu Vurgu fa Cantina”: l'evento tornato a...
2 969

A Fermo una sala gremita per la presentazione del libro “La...
2 934

DAMI pulisce la spiaggia di Porto San Giorgio: "un gesto...
2 893

Montegiorgio. Stefano Achilli eletto nel Consiglio del CSV
2 845

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Fermo testata di Vivere SRL edita dall'Associazione Progetto Comune. Direttore responsabile **Lorenzo Bracalente**. Registrazione presso il tribunale di Fermo n° 1 del 20 Febbraio 2018.
Redazione e Pubblicità: Contrada Miciangelo 2 Monte San Pietrangeli FM - 328.7665759
RSS: http://feedproxy.google.com/viverefermo. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Vanessa Incontrada si è sposata, le nozze con Rossano...
2 9

Competenze e territori, a Firenze il confronto per una nuova...
2 7

Traffico e spaccio di droga, 14 arresti tra Firenze, Prato e...
2 6

Green Game arriva a Firenze: in classe la sfida per...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Vanessa Incontrada si è sposata, le nozze con Rossano...
2 9

Competenze e territori, a Firenze il confronto per una nuova...
2 7

Traffico e spaccio di droga, 14 arresti tra Firenze, Prato e...
2 6

Green Game arriva a Firenze: in classe la sfida per...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Firenze, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Vanessa Incontrada si è sposata, le nozze con Rossano...
2 9

Competenze e territori, a Firenze il confronto per una nuova...
2 7

Traffico e spaccio di droga, 14 arresti tra Firenze, Prato e...
2 6

Green Game arriva a Firenze: in classe la sfida per...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Firenze, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

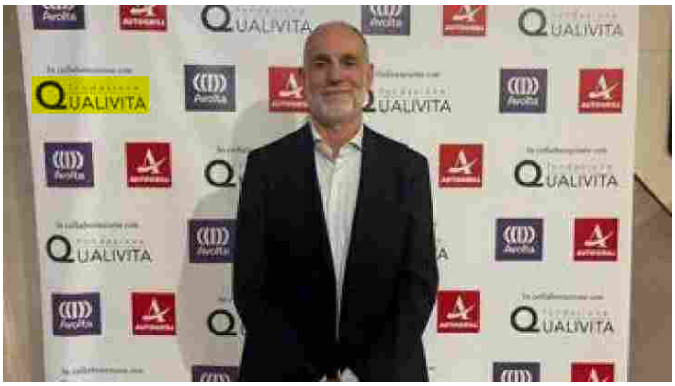
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Vanessa Incontrada si è sposata, le nozze con Rossano...
2 9

Competenze e territori, a Firenze il confronto per una nuova...
2 7

Traffico e spaccio di droga, 14 arresti tra Firenze, Prato e...
2 6

Green Game arriva a Firenze: in classe la sfida per...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere firenze
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Firenze, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFRIULIVENEZIAGIULIA.IT

www.ecostampa.it

vivere friuli venezia giulia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Alle Giornate del Cinema Muto Weimar senza censure e l'arte...
2 10

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREFRIULIVENEZIAGIULIA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

VIVEREFRIULIVENEZIAGIULIA.IT

www.ecostampa.it

vivere friuli venezia giulia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Alle Giornate del Cinema Muto Weimar senza censure e l'arte...
2 10

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREFRIULIVENEZIAGIULIA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREFRIULIVENEZIAGIULIA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Friuli Venezia Giulia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFRIULIVENEZIAGIULIA.IT

www.ecostampa.it

vivere friuli venezia giulia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Alle Giornate del Cinema Muto Weimar senza censure e l'arte...
2 10

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Friuli Venezia Giulia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFRIULIVENEZIAGIULIA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

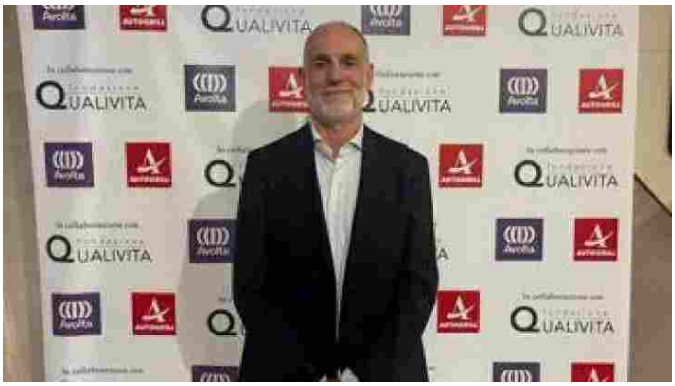
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Alle Giornate del Cinema Muto Weimar senza censure e l'arte...
2 10

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Friuli Venezia Giulia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFROSINONE.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 12

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 12 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere frosinone
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere lazio
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Far west golf car a Roma, Onorato: "Bene inchiesta Adnkronos,...

Roma invasa dalle golf car, Onorato: "Dalla Regione Lazio...

Far west golf car, viaggio nel centro di Roma tra...

Municipio I: Il festival Romadiffusa sbarca all'Esquilino:...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREFROSINONE.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00 1' di lettura 115

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

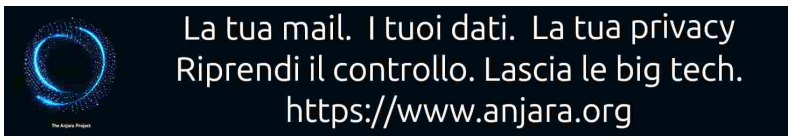
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREFROSINONE.IT

www.ecostampa.it

ARGOMENTI video

da Adnkronos



Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 115 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere frosinone
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere lazio
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Far west golf car a Roma, Onorato: "Bene inchiesta Adnkronos,...

Roma invasa dalle golf car, Onorato: "Dalla Regione Lazio...

Far west golf car, viaggio nel centro di Roma tra...

Giungla golf car a Roma, blitz e controlli a tappeto dei...

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

SOCIAL CATEGORIE NETWORK SERVIZI CONTATTI
Cerca

vivere gorizia
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITOR

Diventa Editore del quotidiano Vivere Srl della tua città!
NEWS

Top News Ultima Ora

SEI IN > VIVERE GORIZIA > ATTUALITA'

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04

1' di lettura 50

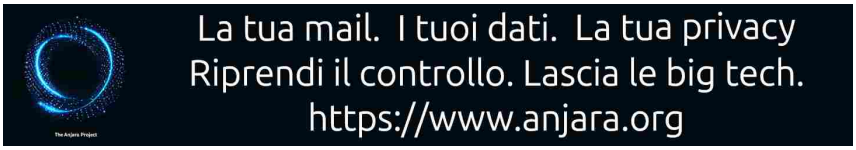
(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos



Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 50 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere gorizia
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
Leggi tutti...

vivere friuli venezia giulia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Udine: Tentato furto in un appartamento del centro, arrestati
Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere jesi
www.ecostampa.it

vivere jesi
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Jesi piange Chiara Barillari, aveva 27 anni e sognava di...
2 14632

Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: è ancora in...
2 2066

Sold out alle Fiere di San Settimio: circa 600 postazioni...
2 592

Si ritrovano a 50 anni dal diploma di Perito Tecnico in...
2 485

Maiolati Spontini: al via il progetto di inserimento...
2 448

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere jesi

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere jesi

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere jesi

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Jesi è supplemento di Vivere Senigallia. Testata edita da Vivere Senigallia srls. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007.
Iscrizione ROC 30133.
Direttrice responsabile: Giulia Mancinelli.
Redazione: Via Sanzio 271, 60019 Senigallia AN Tel. 071.7922415 - **Comunicati Stampa**.
redazione@viverejesi.it.
Pubblicità: 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/viverejesi. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere jesi
www.ecostampa.it

vivere jesi
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Jesi piange Chiara Barillari, aveva 27 anni e sognava di...
2 14632

Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: è ancora in...
2 2066

Sold out alle Fiere di San Settimio: circa 600 postazioni...
2 592

Si ritrovano a 50 anni dal diploma di Perito Tecnico in...
2 485

Maiolati Spontini: al via il progetto di inserimento...
2 448

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere jesi

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Jesi è supplemento di Vivere Senigallia. Testata edita da Vivere Senigallia srls. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 20 del 19 Ottobre 2007.
Iscrizione ROC 30133.
Direttrice responsabile: Giulia Mancinelli.
Redazione: Via Sanzio 271, 60019 Senigallia AN Tel. 071.7922415 - **Comunicati Stampa**.
redazione@viverejesi.it.
Pubblicità: 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/viverejesi. Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELAMEZIA.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

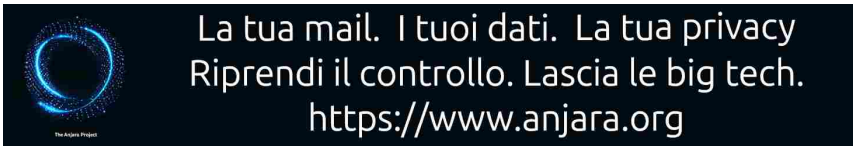
29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 12

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

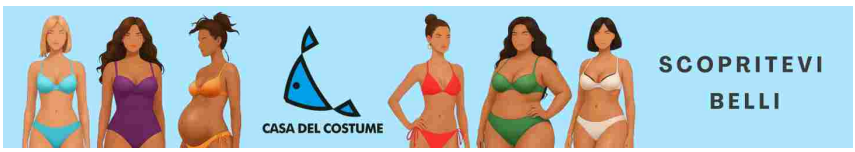
da Adnkronos



Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 12 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti



vivere Lamezia Terme
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

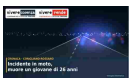
Curinga: colto ad appiccare un incendio, arrestato

Leggi tutti...

vivere calabria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Reggio Calabria: Suppletive, centrodestra esulta per...

Curinga: colto ad appiccare un incendio, arrestato



Corigliano-Rossano, incidente in moto: muore un 26enne

Santo Stefano in Aspromonte, spara contro due fratelli dopo...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELAMEZIA.IT

www.ecostampa.it

La tua mail. I tuoi dati. La tua privacy
Riprendi il controllo. Lascia le big tech.
https://www.anjara.org

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00 1' di lettura 44

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 44 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere Lamezia Terme
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere calabria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Reggio Calabria: Suppletive, centrodestra esulta per...

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELAZIO.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

Riassumi

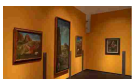
(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

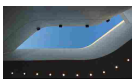
"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Roma: cosa fare gratis il weekend 26-27 settembre
2 1949

Roma, mostre 26-27 settembre: ultimi giorni a Villa Torlonia
2 799


Roma, cosa fare gratis dal 21 al 27 settembre
2 381

Roma: cosa fare gratis il 15 settembre
2 74

Roma: San Francesco d'Assisi, mostra al Museo Venanzo...
2 54

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELAZIO.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere lazio
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

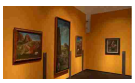
Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

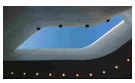
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Roma: cosa fare gratis il weekend 26-27 settembre
2 1949

Roma, mostre 26-27 settembre: ultimi giorni a Villa Torlonia
2 799


Roma, cosa fare gratis dal 21 al 27 settembre
2 381

Roma: cosa fare gratis il 15 settembre
2 74

Roma: San Francesco d'Assisi, mostra al Museo Venanzo...
2 54

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELAZIO.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERELAZIO.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Lazio, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere lazio
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

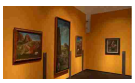
https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

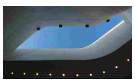
(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Roma: cosa fare gratis il weekend 26-27 settembre
2 1949

Roma, mostre 26-27 settembre: ultimi giorni a Villa Torlonia
2 799


Roma, cosa fare gratis dal 21 al 27 settembre
2 381

Roma: cosa fare gratis il 15 settembre
2 74

Roma: San Francesco d'Assisi, mostra al Museo Venanzo...
2 54

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Lazio, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELAZIO.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

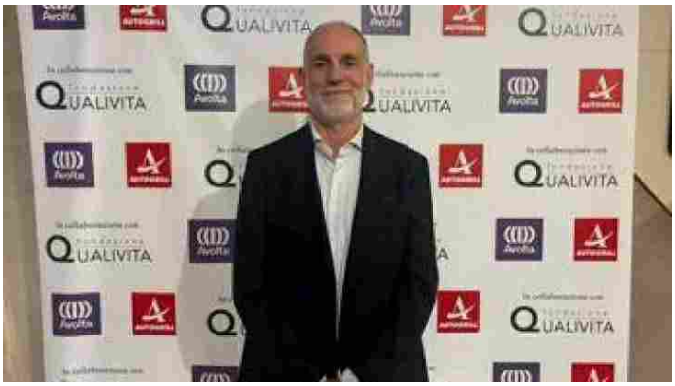
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



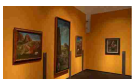
(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

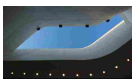
Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Roma: cosa fare gratis il weekend 26-27 settembre
2 1949

Roma, mostre 26-27 settembre: ultimi giorni a Villa Torlonia
2 799


Roma, cosa fare gratis dal 21 al 27 settembre
2 381

Roma: cosa fare gratis il 15 settembre
2 74

Roma: San Francesco d’Assisi, mostra al Museo Venanzo...
2 54

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Lazio, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELIGURIA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Sanremo: Il futuro di Sanremo passa dal mare: al Casinò...
2 20

Sanremo: Boato nel Ponente, tremano vetri e finestre:...
2 20

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 19

Morbillo, aumentano casi e ricoveri. Bassetti: "In Liguria...
2 17

Fondazione Marevivo, arca Fondi e Bper Banca, pulizia tratto...
2 12

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELIGURIA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere liguria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Sanremo: Il futuro di Sanremo passa dal mare: al Casinò...
2 20

Sanremo: Boato nel Ponente, tremano vetri e finestre:...
2 20

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 19

Morbillo, aumentano casi e ricoveri. Bassetti: "In Liguria...
2 17

Fondazione Marevivo, arca Fondi e Bper Banca, pulizia tratto...
2 12

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELIGURIA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERELIGURIA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Liguria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELIGURIA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Sanremo: Il futuro di Sanremo passa dal mare: al Casinò...
2 20

Sanremo: Boato nel Ponente, tremano vetri e finestre:...
2 20

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 19

Morbillo, aumentano casi e ricoveri. Bassetti: "In Liguria...
2 17

Fondazione Marevivo, arca Fondi e Bper Banca, pulizia tratto...
2 12

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Liguria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELIGURIA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Sanremo: Il futuro di Sanremo passa dal mare: al Casinò...
2 20

Sanremo: Boato nel Ponente, tremano vetri e finestre:...
2 20

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 19

Morbillo, aumentano casi e ricoveri. Bassetti: "In Liguria...
2 17

Fondazione Marevivo, arca Fondi e Bper Banca, pulizia tratto...
2 12

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Liguria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELOMBARDIA.IT

www.ecostampa.it

vivere lombardia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

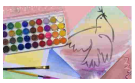
(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Giornata Internazionale della Pace - Parigi: tributo ad Anas
2 38

Delitto di Garlasco, la moglie di Giovanni Ferri presenta...
2 37

Bergamo, aggredisce l'ex compagna con le forbici: arrestato...
2 36

Bergamo, aggredisce l'ex compagna con le forbici: arrestato...
2 35

Caso Garlasco, per la procura Sempio è il colpevole: pronta a...
2 32

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERELOMBARDIA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere lombardia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI
Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Giornata Internazionale della Pace - Parigi: tributo ad Anas
2 38

Delitto di Garlasco, la moglie di Giovanni Ferri presenta...
2 37

Bergamo, aggredisce l'ex compagna con le forbici: arrestato...
2 36

Bergamo, aggredisce l'ex compagna con le forbici: arrestato...
2 35

Caso Garlasco, per la procura Sempio è il colpevole: pronta a...
2 32

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELOMBARDIA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERELOMBARDIA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Lombardia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELOMBARDIA.IT

www.ecostampa.it

vivere lombardia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Giornata Internazionale della Pace - Parigi: tributo ad Anas
2 38

Delitto di Garlasco, la moglie di Giovanni Ferri presenta...
2 37

Bergamo, aggredisce l'ex compagna con le forbici: arrestato...
2 36

Bergamo, aggredisce l'ex compagna con le forbici: arrestato...
2 35

Caso Garlasco, per la procura Sempio è il colpevole: pronta a...
2 32

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Lombardia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELOMBARDIA.IT

www.ecostampa.it

vivere lombardia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1
LANCIO DI AGENZIA

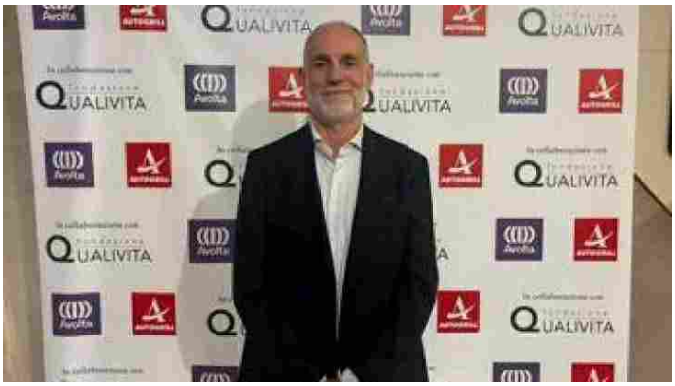
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Giornata Internazionale della Pace - Parigi: tributo ad Anas
2 38

Delitto di Garlasco, la moglie di Giovanni Ferri presenta...
2 37

Bergamo, aggredisce l'ex compagna con le forbici: arrestato...
2 36

Bergamo, aggredisce l'ex compagna con le forbici: arrestato...
2 35

Caso Garlasco, per la procura Sempio è il colpevole: pronta a...
2 32

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Lombardia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELUCCA.IT

www.ecostampa.it

vivere lucca
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

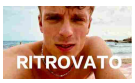
(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA



Lieto fine a Villa Basilica: ritrovato il giovane scomparso...
2 1711

Tragedia a San Vito, Lucca: ecco chi sono le vittime...
2 1421

Capannori (Lu): Sfinge d'oro anche a Rolf Sorensen
2 805

Lucca, rogo nella notte a San Vito: il bilancio è di due...
2 782

Scomparso da giovedì, ricerche concentrate a Lucca: appello...
2 780

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERELUCCA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere lucca
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

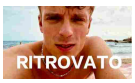
Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA



Lieto fine a Villa Basilica: ritrovato il giovane scomparso...
2 1711

Tragedia a San Vito, Lucca: ecco chi sono le vittime...
2 1421

Capannori (Lu): Sfinge d'oro anche a Rolf Sorensen
2 805

Lucca, rogo nella notte a San Vito: il bilancio è di due...
2 782

Scomparso da giovedì, ricerche concentrate a Lucca: appello...
2 781

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELUCCA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Lucca, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELUCCA.IT

www.ecostampa.it

vivere lucca
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

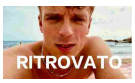
https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA



Lieto fine a Villa Basilica: ritrovato il giovane Scomparso...
2 1711

Tragedia a San Vito, Lucca: ecco chi sono le vittime...
2 1421

Capannori (Lu): Sfinge d'oro anche a Rolf Sorensen
2 805

Lucca, rogo nella notte a San Vito: il bilancio è di due...
2 782

Scomparso da giovedì, ricerche concentrate a Lucca: appello...
2 781

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELUCCA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Lucca, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELUCCA.IT

www.ecostampa.it

vivere lucca
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

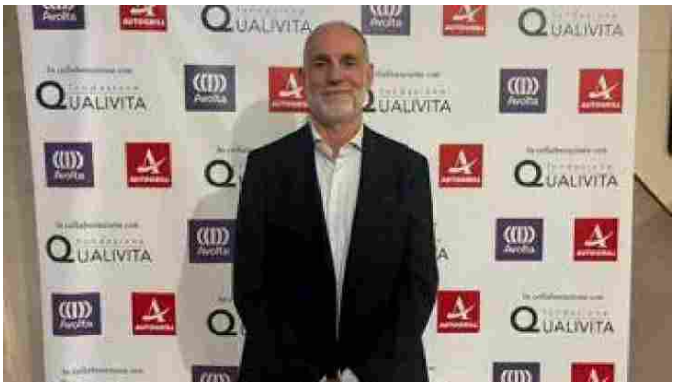
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



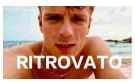
(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA



Lieto fine a Villa Basilica: ritrovato il giovane scomparso...
2 1711

Tragedia a San Vito, Lucca: ecco chi sono le vittime...
2 1421

Capannori (Lu): Sfinge d'oro anche a Rolf Sorensen
2 805

Lucca, rogo nella notte a San Vito: il bilancio è di due...
2 782

Scomparso da giovedì, ricerche concentrate a Lucca: appello...
2 780

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELUCCA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Lucca, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELUGANO.CH

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 21

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

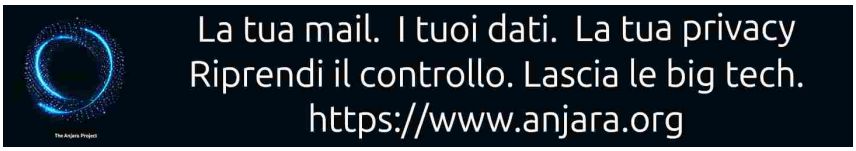
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 21 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

vivere lugano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere ticino
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERELUGANO.CH

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00

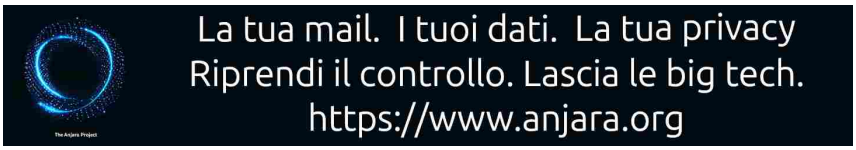
1' di lettura 103

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos



Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 103 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere lugano
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO
Leggi tutti...

vivere ticino
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ
Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila...

Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere macerata
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Tolentino, arrestato un artigiano di 49 anni: in casa 35...
2 1370

Danneggiano una panchina con ricarica, beccati dalla...
2 1152

Sanzioni agli agricoltori di Tolentino, Prioretti: "Prima di...
2 769

Futuro Nazionale, il Comitato 773 di Tolentino supera i 150...
2 393

Interno Marche a Tolentino riceve la prima Chiave Michelin...
2 379

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMACERATA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere macerata
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Tolentino, arrestato un artigiano di 49 anni: in casa 35...
2 1370

Danneggiano una panchina con ricarica, beccati dalla...
2 1152

Sanzioni agli agricoltori di Tolentino, Prioretti: "Prima di...
2 769

Futuro Nazionale, il Comitato 773 di Tolentino supera i 150...
2 393

Interno Marche a Tolentino riceve la prima Chiave Michelin...
2 379

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMACERATA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREMACERATA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere macerata
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Tolentino, arrestato un artigiano di 49 anni: in casa 35...
2 1370

Danneggiano una panchina con ricarica, beccati dalla...
2 1152

Sanzioni agli agricoltori di Tolentino, Prioretti: "Prima di...
2 769

Futuro Nazionale, il Comitato 773 di Tolentino supera i 150...
2 393

Interno Marche a Tolentino riceve la prima Chiave Michelin...
2 379

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere macerata
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

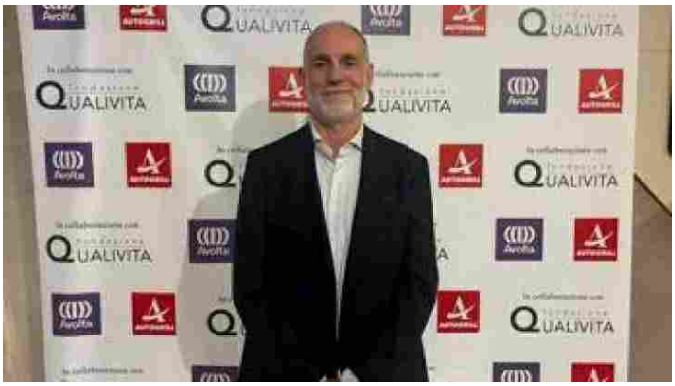
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Tolentino, arrestato un artigiano di 49 anni: in casa 35...
2 1370

Danneggiano una panchina con ricarica, beccati dalla...
2 1152

Sanzioni agli agricoltori di Tolentino, Prioretti: "Prima di...
2 769

Futuro Nazionale, il Comitato 773 di Tolentino supera i 150...
2 393

Interno Marche a Tolentino riceve la prima Chiave Michelin...
2 379

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMACERATA.IT (WEB)

www.ecostampa.it

Commenti

Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere marche
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Corinaldo: 49enne denunciato, sequestrati quasi 8 grammi di...
2 225

Ancona: Ucciso con due colpi di pistola Jesus "El Apache"...
2 217

Falconara: città sotto choc, studente universitario trovato...
2 214

Jesi: Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: la prognosi...
2 193

Jesi: Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: è ancora in...
2 185

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMARCHE.IT (WEB)

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere marche
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Corinaldo: 49enne denunciato, sequestrati quasi 8 grammi di...
2 225

Ancona: Ucciso con due colpi di pistola Jesus "El Apache"...
2 217

Falconara: città sotto choc, studente universitario trovato...
2 214

Jesi: Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: la prognosi...
2 193

Jesi: Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: è ancora in...
2 185

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

VIVEREMARCHE.IT (WEB)

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere marche
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Corinaldo: 49enne denunciato, sequestrati quasi 8 grammi di...
2 225

Ancona: Ucciso con due colpi di pistola Jesus "El Apache"...
2 217

Falconara: città sotto choc, studente universitario trovato...
2 214

Jesi: Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: la prognosi...
2 193

Jesi: Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: è ancora in...
2 185

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere marche
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

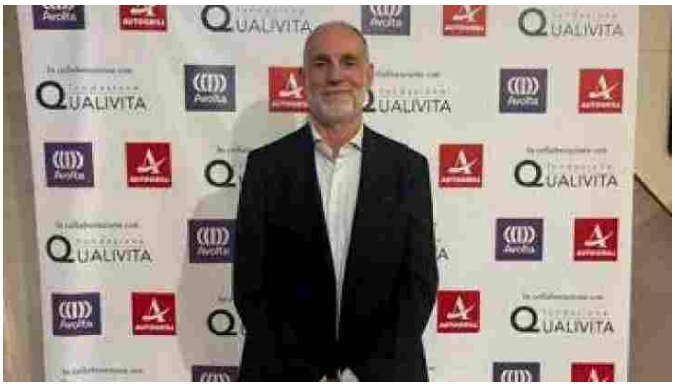
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Corinaldo: 49enne denunciato, sequestrati quasi 8 grammi di...
2 225

Ancona: Ucciso con due colpi di pistola Jesus "El Apache"...
2 217

Falconara: città sotto choc, studente universitario trovato...
2 214

Jesi: Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: la prognosi...
2 193

Jesi: Bimba di 3 anni soffoca con un acino d'uva: è ancora in...
2 185

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMILANO.ORG

www.ecostampa.it

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

1' di lettura

Vivere Italia 29/09/2026 - (Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane.

La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

da **Adnkronos**

IL GIORNALE DI DOMANI
vivere lombardia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Cremona: misure antismog, dal 1° ottobre si attivano le disposizione stabilite dalla Regione confermate per la stagione invernale 26-27

Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini

Caso Garlasco, l'ex Ris di Parma si 'dissocia': "Non ho analizzato io la traccia sui pedali della bici di Stasi"

Alberto Stasi dopo la chiusura delle nuove indagini su Sempio: "Si faccia piena luce sulle responsabilità"

Caso Garlasco, il consulente dei Poggi: "Sui pedali della bici di Stasi c'è il dna di Chiara, nessun segreto"

Garlasco, numero di scarpa compatibile con quella del killer e impronta 33: Sempio verso il rinvio a giudizio

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 4 letture

In questo articolo si parla di video

Questo articolo è stato pubblicato originariamente qui: g0DP-9

L'indirizzo breve è https://vivere.me/g0DP-9

Commenti

Garlasco, numero di scarpa compatibile con quella del killer e impronta 33: Sempio verso il rinvio a giudizio
Alberto Stasi dopo la chiusura delle nuove indagini su Sempio: "Si faccia piena luce sulle responsabilità"
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di 'Libero' Andrea Tempestini
Caso Garlasco, il consulente dei Poggi: "Sui pedali della bici di Stasi c'è il dna di Chiara, nessun segreto"
Caso Garlasco, l'ex Ris di Parma si 'dissocia': "Non ho analizzato io la traccia sui pedali della bici di Stasi"
» altri articoli...

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con Bisignani, trattativa con J.P. Morgan invenzione"
66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione che guarda al futuro dell'industria
Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila e seicento ci sono alternative"
Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né sicurezza: l'inchiesta Adnkronos
Gemmato: "Con farmaci equivalenti risparmi per 1,2 miliardi in 2026-28 ma Italia dietro per utilizzo"
» altri articoli...

Khalil (Lilly): "Con le istituzioni per equo accesso all'innovazione"

Tajani: "Governo stabile attrae investimenti"

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

L'età della prepotenza, Dassù: "Usa e Cina usano l'economia come un'arma"

I 3 Articoli più letti della settimana

- "Decision Lab": il Mentalista Luca Volpe sfida 4 intelligenze artificiali sul comportamento umano - (14 Letture)
- Vesuvio Food Fest, conto alla rovescia per Villaricca: dal 2 al 4 ottobre lo street food campano in Villa Comunale. E per il 2027 si pensa in grande, tra Napoli e Milano - (10 Letture)
- Fondazione Royal Canin e Frida's Friends Onlus rinnovano la collaborazione: la cat therapy torna a Milano per i bambini della pediatria dell'Ospedale Niguarda - (9 Letture)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMILANO.ORG

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

1' di lettura

Vivere Italia 29/09/2026 - (Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

da **Adnkronos**

IL GIORNALE DI DOMANI
vivere lombardia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

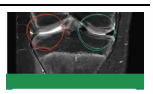
Garlasco, numero di scarpa compatibile con quella del killer e impronta 33: Sempio verso il rinvio a giudizio

Cgil, celebrazioni per i 120 anni a Milano: due giorni per guardare al futuro del lavoro

Garlasco, l'ex generale Garofano: "No irregolarità, analisi su pedali fatte con consulenti Stasi"

I Brueghel a Palazzo Reale a Milano, la dinastia che inventò la pittura moderna

Mantova: maxi frode nella filiera della manodopera, lavoro nero e false fatture per 8 milioni


Tornare a camminare con un trapianto: a 12 anni riceve un menisco da donatore deceduto, intervento in artroscopia a Treviglio (Bg)

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 95 letture

In questo articolo si parla di video

Questo articolo è stato pubblicato originariamente qui: g0zz-9

L'indirizzo breve è https://vivere.me/g0zz-9

Commenti

Garlasco, numero di scarpa compatibile con quella del killer e impronta 33: Sempio verso il rinvio a giudizio
Caso Garlasco, il consulente dei Poggi: "Sui pedali della bici di Stasi c'è il dna di Chiara, nessun segreto"
Alberto Stasi dopo la chiusura delle nuove indagini su Sempio: "Si faccia piena luce sulle responsabilità"

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con Bisignani, trattativa con J.P. Morgan invenzione"
66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione che guarda al futuro dell'industria
Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila e seicento ci sono alternative"
Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né sicurezza: l'inchiesta Adnkronos
Brad Pitt e Angelina Jolie, anche Zahara si libera del cognome del padre: è la terza figlia
» altri articoli...

Murano (Unem): "Sforzo importante su tetto carburanti ma non può essere definitivo"

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

I 3 Articoli più letti della settimana

- "Decision Lab": il Mentalista Luca Volpe sfida 4 intelligenze artificiali sul comportamento umano - (14 Letture)
- Vesuvio Food Fest, conto alla rovescia per Villaricca: dal 2 al 4 ottobre lo street food campano in Villa Comunale. E per il 2027 si pensa in grande, tra Napoli e Milano - (10 Letture)
- Fondazione Royal Canin e Frida's Friends Onlus rinnovano la collaborazione: la cat therapy torna a Milano per i bambini della pediatria dell'Ospedale Niguarda - (9 Letture)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMODENA.IT

www.ecostampa.it

vivere modena
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Irruzione MD Modena, IAL: "Abbiamo difeso i nostri allievi da...
2 14

Alessandro Preziosi in "Letteralmente Verdi" al Teatro...
2 13

Modena Patrimonio Mondiale in Festa: a ottobre spettacoli di...
2 12

Poste Italiane: nuova tappa in Emilia di "Guida Sicura"
2 10

SETA: il trasporto pubblico di Modena entra nell'era...
2 9

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREMODENA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-ITOQ67

vivere modena
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Irruzione MD Modena, IAL: "Abbiamo difeso i nostri allievi da...
2 14

Alessandro Preziosi in "Letteralmente Verdi" al Teatro...
2 13

Modena Patrimonio Mondiale in Festa: a ottobre spettacoli di...
2 12

Poste Italiane: nuova tappa in Emilia di "Guida Sicura"
2 10

SETA: il trasporto pubblico di Modena entra nell'era...
2 9

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMODENA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREMODENA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Modena, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: laposta@deinaviganti.it
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere modena
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Irruzione MD Modena, IAL: "Abbiamo difeso i nostri allievi da...
2 14

Alessandro Preziosi in "Letteralmente Verdi" al Teatro...
2 13

Modena Patrimonio Mondiale in Festa: a ottobre spettacoli di...
2 12

Poste Italiane: nuova tappa in Emilia di "Guida Sicura"
2 10

SETA: il trasporto pubblico di Modena entra nell'era...
2 9

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMODENA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREMODENA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMODENA.IT

www.ecostampa.it

vivere modena
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Irruzione MD Modena, IAL: "Abbiamo difeso i nostri allievi da...
2 14

Alessandro Preziosi in "Letteralmente Verdi" al Teatro...
2 13

Modena Patrimonio Mondiale in Festa: a ottobre spettacoli di...
2 12

Poste Italiane: nuova tappa in Emilia di "Guida Sicura"
2 10

SETA: il trasporto pubblico di Modena entra nell'era...
2 9

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Modena, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: laposta@deinaviganti.it
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere modena
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

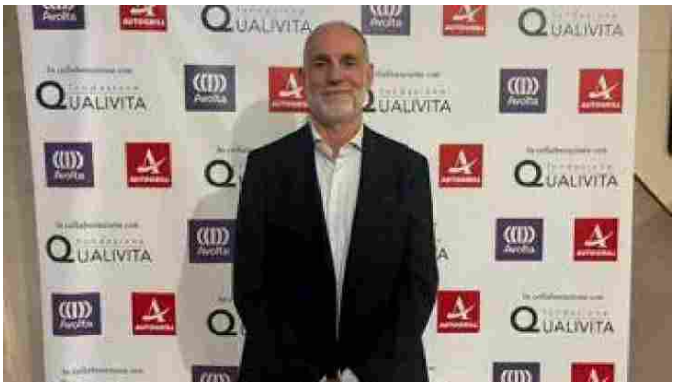
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Irruzione MD Modena, IAL: "Abbiamo difeso i nostri allievi da...
2 14

Alessandro Preziosi in "Letteralmente Verdi" al Teatro...
2 13

Modena Patrimonio Mondiale in Festa: a ottobre spettacoli di...
2 12

Poste Italiane: nuova tappa in Emilia di "Guida Sicura"
2 10

SETA: il trasporto pubblico di Modena entra nell'era...
2 9

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Modena, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: laposta@deinaviganti.it
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMOLISE.IT

www.ecostampa.it

vivere molise
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Giallo di Pietracatella: in corso perquisizione nello studio...
2 6

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREMOLISE.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere molise
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Giallo di Pietracatella: in corso perquisizione nello studio...
2 6

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMOLISE.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREMOLISE.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Molise, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMOLISE.IT

www.ecostampa.it

vivere molise
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Giallo di Pietracatella: in corso perquisizione nello studio...
2 6

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREMOLISE.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Molise, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMOLISE.IT

www.ecostampa.it

vivere molise
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

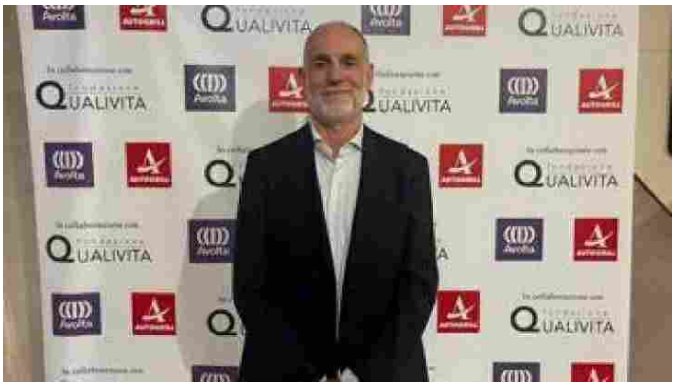
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 16

Giallo di Pietracatella: in corso perquisizione nello studio...
2 6

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMOLISE.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Molise, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMONREALE.IT

www.ecostampa.it

D'Alba (Avolta): "Lancio Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze" D'Al

(Adnkronos) - Il lancio del panino Piacenza 1714´, rientra all´interno di un progetto più ampio intitolato Origini Edition´. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti. Così Luca D´Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l´ultimo della selezione Origini Edition´ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. È un ´iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell´Agricoltura - spiega D´Alba - L´obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell´Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l´esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole. Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c´è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un´attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop. La denominazione 1714´ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. In quell´anno - racconta D´Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l´idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume. Gli altri ingredienti sono l´Asiago Dop Fresco, un´altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch´essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l´Aceto Balsamico di Modena Igp, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l´eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire, afferma il general manager. Infatti, l´impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D´Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c´è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D´Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all´interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c´è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane, conclude. Ranucci domani a Monreale, la polemica social: "Toglietegli... Monreale non dimentica Salvo Turdo: un commovente raduno di... Incendio a San Martino delle Scale: l´assessore Belmonte... Una messa il 27 settembre nel ricordo di Salvo, Andrea e Massimo Micetto schiacciato da una macchina: da quasi una settimana... Commenti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy 'Pia

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome 'Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori". Ranucci domani a Monreale, la polemica social: "Toglietegli... Monreale non dimentica Salvo Turdo: un commovente raduno di... Incendio a San

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

Martino delle Scale: l´assessore Belmonte... Una messa il 27 settembre nel ricordo di Salvo, Andrea e Massimo Micetto schiacciato da una macchina: da quasi una settimana... Commenti

[´Piacenza 1714´, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy ´Pia]

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

VIVEREMONREALE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana' Rosati

immagine

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie ´Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Ranucci domani a Monreale, la polemica social: "Toglietegli... Monreale non dimentica Salvo Turdo: un commovente raduno di... Incendio a San Martino delle Scale: l´assessore Belmonte... Una messa il 27 settembre nel ricordo di Salvo, Andrea e Massimo Micetto schiacciato da una macchina: da quasi una settimana... Commenti

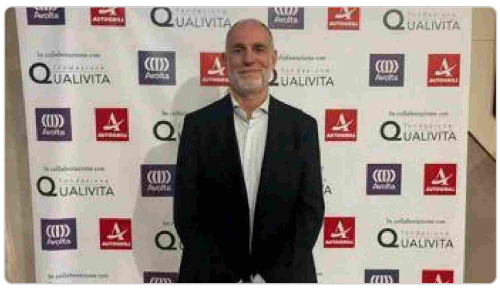
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMONREALE.IT

www.ecostampa.it

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante" Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 pro



(Adnkronos) - Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di Piacenza 1714´, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l´Asiago, e un´Igp, l´Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie Origini Edition´ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell´eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all´interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata. C´è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all´Italia e alla nostra agricoltura, conclude. Ranucci domani a Monreale, la polemica social: "Toglietegli... Monreale non dimentica Salvo Turdo: un commovente raduno di... Incendio a San Martino delle Scale: l´assessore Belmonte... Una messa il 27 settembre nel ricordo di Salvo, Andrea e Massimo Micetto schiacciato da una macchina: da quasi una settimana... Commenti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMONTESARCHIO.IT

www.ecostampa.it

vivere montesarchio
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Blitz antidroga a Montesarchio, arrestati i fratelli Giovanni...
2 946

Da Montesarchio al Tribunale di Avellino: Giueppe Tangredi...
2 785

Montesarchio, trova un portafoglio con soldi e documenti e lo...
2 500

Montesarchio protagonista su Rai 1: la Torre nel racconto di...
2 442

Cirignano si prepara a celebrare San Michele Arcangelo: fede,...
2 280

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREMONTESARCHIO.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

152944-ITOQ67

vivere montesarchio
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Blitz antidroga a Montesarchio, arrestati i fratelli Giovanni...
2 946

Da Montesarchio al Tribunale di Avellino: Giueppe Tangredi...
2 785

Montesarchio, trova un portafoglio con soldi e documenti e lo...
2 500

Montesarchio protagonista su Rai 1: la Torre nel racconto di...
2 442

Cirignano si prepara a celebrare San Michele Arcangelo: fede,...
2 281

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Montesarchio, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Paolo Pedicini**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Raffaello Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 344.4468843.
Informativa sulla Privacy. Pubblicità: Sky'N Project Pubblicità: skynproject@libero.it
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMONTESARCHIO.IT

www.ecostampa.it

vivere montesarchio
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Blitz antidroga a Montesarchio, arrestati i fratelli Giovanni...
2 946

Da Montesarchio al Tribunale di Avellino: Giueppe Tangredi...
2 785

Montesarchio, trova un portafoglio con soldi e documenti e lo...
2 500

Montesarchio protagonista su Rai 1: la Torre nel racconto di...
2 442

Cirignano si prepara a celebrare San Michele Arcangelo: fede,...
2 281

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Montesarchio, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Paolo Pedicini**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Raffaello Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 344.4468843.
Informativa sulla Privacy. Pubblicità: Sky'N Project Pubblicità: skynproject@libero.it
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREMONTESARCHIO.IT

www.ecostampa.it

vivere montesarchio
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

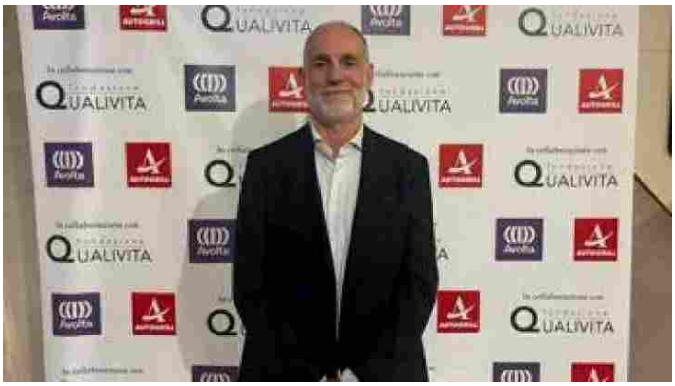
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Blitz antidroga a Montesarchio, arrestati i fratelli Giovanni...
2 946

Da Montesarchio al Tribunale di Avellino: Giueppe Tangredi...
2 785

Montesarchio, trova un portafoglio con soldi e documenti e lo...
2 500

Montesarchio protagonista su Rai 1: la Torre nel racconto di...
2 442

Cirignano si prepara a celebrare San Michele Arcangelo: fede,...
2 280

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Commenti

Please enable JavaScript to view the comments powered by Disqus.

Vivere Montesarchio, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Paolo Pedicini**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Raffaello Sanzio 271 Senigallia AN Tel. 344.4468843.
Informativa sulla Privacy. Pubblicità: Sky'N Project Pubblicità: skynproject@libero.it
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Castelfidardo: auto sospetta, dentro 7.000 euro d'oro....
2 194

Consegnata la Medaglia d'oro al merito di lungo comando al...
2 121

Una casa per l'autonomia: inaugurato il progetto di vita...
2 105

Nasce BANzen: il nuovo biscotto Frolla allo zenzero sostiene...
2 92

Calcio: San Biagio batte la Dorica Torrette 3-1 e inaugura la...
2 90

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREOSIMO.IT (WEB)

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Castelfidardo: auto sospetta, dentro 7.000 euro d'oro....
2 194

Consegnata la Medaglia d'oro al merito di lungo comando al...
2 121

Una casa per l'autonomia: inaugurato il progetto di vita...
2 105

Nasce BANzen: il nuovo biscotto Frolla allo zenzero sostiene...
2 92

Calcio: San Biagio batte la Dorica Torrette 3-1 e inaugura la...
2 90

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVEREOSIMO.IT (WEB)

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Osimo, di Vivere srl, è supplemento di Vivere Marche, direttore responsabile **Michele Pinto**, registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Vivereosimo.it: direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, redazione@vivereosimo.it
Webmaster: Sigmar.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereosimo. Informativa sulla Privacy.
Cookie Policy
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Castelfidardo: auto sospetta, dentro 7.000 euro d'oro....
2 194

Consegnata la Medaglia d'oro al merito di lungo comando al...
2 121

Una casa per l'autonomia: inaugurato il progetto di vita...
2 105

Nasce BANzen: il nuovo biscotto Frolla allo zenzero sostiene...
2 92

Calcio: San Biagio batte la Dorica Torrette 3-1 e inaugura la...
2 90

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Osimo, di Vivere srl, è supplemento di Vivere Marche, direttore responsabile **Michele Pinto**, registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Vivereosimo.it: direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, redazione@vivereosimo.it
Webmaster: Sigmar.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereosimo. Informativa sulla Privacy.
Cookie Policy
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

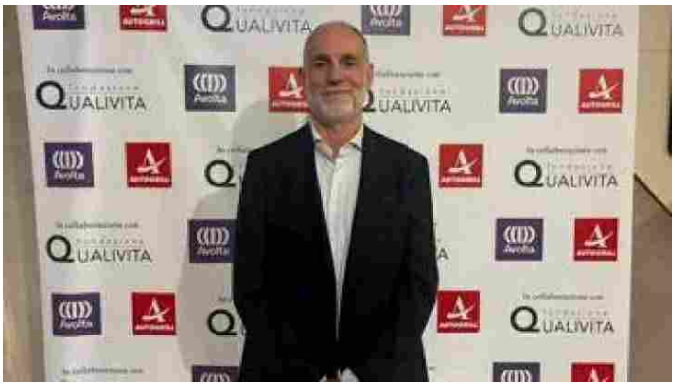
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Castelfidardo: auto sospetta, dentro 7.000 euro d'oro....
2 194

Consegnata la Medaglia d’oro al merito di lungo comando al...
2 121

Una casa per l'autonomia: inaugurato il progetto di vita...
2 105

Nasce BANzen: il nuovo biscotto Frolla allo zenzero sostiene...
2 92

Calcio: San Biagio batte la Dorica Torrette 3-1 e inaugura la...
2 90

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Osimo, di Vivere srl, è supplemento di Vivere Marche, direttore responsabile **Michele Pinto**, registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Vivereosimo.it: direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, redazione@vivereosimo.it
Webmaster: Sigmar.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereosimo. Informativa sulla Privacy.
Cookie Policy
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere perugia
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

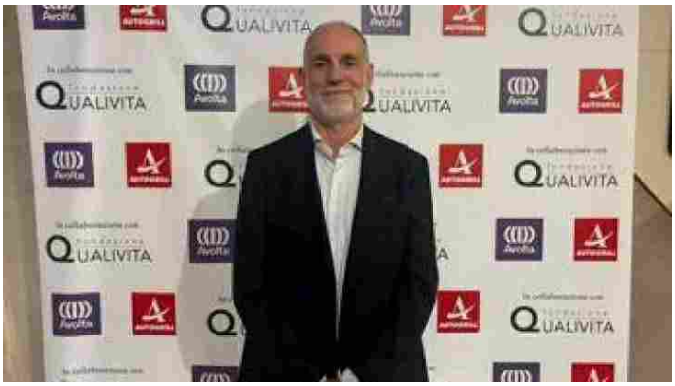
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

"Sport e Diritto Sportivo", a Perugia il festival che unisce...
2 39

Gratta e Vinci fortunato: a Magione vinti 50mila euro con...
2 21

Black Angels Perugia pronte per l'esordio, tra una settimana,...
2 18

Umbria, le previsioni meteo di domenica 27 settembre
2 18

Nasce il Premio Symbiosis: tra i finalisti Luca Mercalli,...
2 17

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere pescara
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Si dimette l'assessora Gianna Camplone, entra in Giunta...
2 21

Istituto Alberghiero 'De Cecco', riapertura del...
2 20

Alla d'Annunzio torna la Notte Europea dei Ricercatori
2 16

Alla d'Annunzio ripartono i corsi di lingue straniere
2 15

Green Game arriva a Pescara: in classe la sfida per...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREPESCARA.IT (WEB2)

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere pescara
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Si dimette l'assessora Gianna Camplone, entra in Giunta...
2 21

Istituto Alberghiero 'De Cecco', riapertura del...
2 20

Alla d'Annunzio torna la Notte Europea dei Ricercatori
2 16

Alla d'Annunzio ripartono i corsi di lingue straniere
2 16

Green Game arriva a Pescara: in classe la sfida per...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREPESCARA.IT (WEB2)

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere pescara
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Si dimette l'assessora Gianna Camplone, entra in Giunta...
2 21

Istituto Alberghiero 'De Cecco', riapertura del...
2 20

Alla d'Annunzio torna la Notte Europea dei Ricercatori
2 16

Alla d'Annunzio ripartono i corsi di lingue straniere
2 16

Green Game arriva a Pescara: in classe la sfida per...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere pescara
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

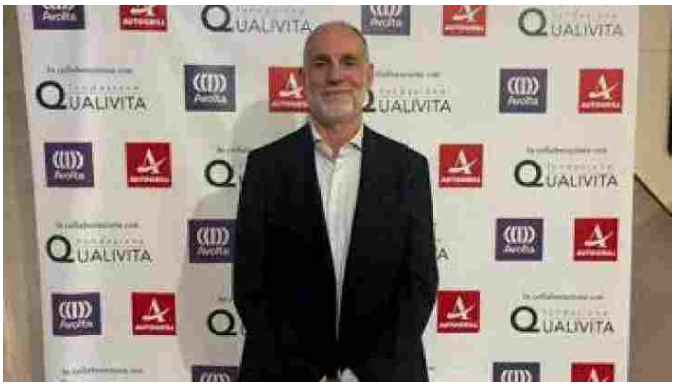
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Si dimette l'assessora Gianna Camplone, entra in Giunta...
2 21

Istituto Alberghiero 'De Cecco', riapertura del...
2 20

Alla d'Annunzio torna la Notte Europea dei Ricercatori
2 16

Alla d'Annunzio ripartono i corsi di lingue straniere
2 16

Green Game arriva a Pescara: in classe la sfida per...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREPIEMONTE.IT

www.ecostampa.it

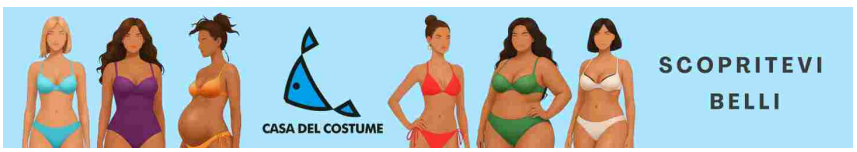
Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

1' di lettura

Vivere Italia 29/09/2026 - (Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane.

La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

da **Adnkronos**



IL GIORNALE DI DOMANI
vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Khalil (Lilly): "Con le istituzioni per equo accesso all'innovazione"

Tajani: "Governo stabile attrae investimenti"

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

L'età della prepotenza, Dassù: "Usa e Cina usano l'economia come un'arma"

I 3 Articoli più letti della settimana

- Pascoli e biodiversità, Bongioanni: "Nei giorni di Terra Madre in arrivo oltre 7,5 milioni di euro per pascoli permanenti, agrobiodiversità e biologico" - (30 Letture)
- Torino, cadavere di un uomo trovato in un appartamento in periferia: ipotesi omicidio - (26 Letture)
- Torino, bimbo di 7 anni investito mentre era in bici: è grave - (24 Letture)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 0 letture

In questo articolo si parla di video

Questo articolo è stato pubblicato originariamente qui: g0DP-12

L'indirizzo breve è https://vivere.me/g0DP-12

La tua mail. I tuoi dati. La tua privacy
Riprendi il controllo. Lascia le big tech.
https://www.anjara.org

Commenti

Pallanzeno: smantellato un laboratorio della droga, arrestato un 34enne

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con Bisignani, trattativa con J.P. Morgan invenzione"
66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione che guarda al futuro dell'industria
Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila e seicento ci sono alternative"
Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né sicurezza: l'inchiesta Adnkronos
Gemmato: "Con farmaci equivalenti risparmi per 1,2 miliardi in 2026-28 ma Italia dietro per utilizzo"
» altri articoli...

Accedi | Pagina generata in 0.02 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREPIEMONTE.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

7' di lettura

Vivere Italia 29/09/2026 - (Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader

IL GIORNALE DI DOMANI
vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

I 3 Articoli più letti della settimana
- Pascoli e biodiversità, Bongioanni: "Nei giorni di Terra Madre in arrivo oltre 7,5 milioni di euro per pascoli permanenti, agrobiodiversità e biologico" - (30 Letture)
- Torino, cadavere di un uomo trovato in un appartamento in periferia: ipotesi omicidio - (26 Letture)
- Torino, bimbo di 7 anni investito mentre era in bici: è grave - (24 Letture)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREPIEMONTE.IT

www.ecostampa.it

globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

da **Adnkronos**

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 5 letture

In questo articolo si parla di attualità, prima pagina, adnkronos

Questo articolo è stato pubblicato originariamente qui: g0zw-12

L'indirizzo breve è https://vivere.me/g0zw-12

Commenti

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Torino Novara Alessandria Asti Cuneo Vercelli Biella Verbania Settimo Torinese Piemonte Italia Altri

Cerca

vivere piemonte
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Top News Ultima Ora

Attualità Cronaca Cultura Economia Lavoro Politica Spettacoli Sport Notizie

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

1' di lettura

Vivere Italia 29/09/2026 - (Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

da **Adnkronos**

IL GIORNALE DI DOMANI
vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

D'Alba (Avolta), 'Panino 1714 e nostre capacità logistiche valorizzano eccellenze italiane'

Mammi (Regione Emilia-Romagna), 'Nostre 46 Dop e Igp patrimonio economico e culturale'

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

I 3 Articoli più letti della settimana
- Pascoli e biodiversità, Bongioanni: "Nei giorni di Terra Madre in arrivo oltre 7,5 milioni di euro per pascoli permanenti, agrobiodiversità e biologico" - (30 Letture)
- Torino, cadavere di un uomo trovato in un appartamento in periferia: ipotesi omicidio - (26 Letture)
- Torino, bimbo di 7 anni investito mentre era in bici: è grave - (24 Letture)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 0 letture

In questo articolo si parla di video

Questo articolo è stato pubblicato originariamente qui: g0zz-12

L'indirizzo breve è https://vivere.me/g0zz-12

La tua mail. I tuoi dati. La tua privacy
Riprendi il controllo. Lascia le big tech.
https://www.anjara.org

Commenti

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con Bisignani, trattativa con J.P. Morgan invenzione"
66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione che guarda al futuro dell'industria
Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila e seicento ci sono alternative"
Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né sicurezza: l'inchiesta Adnkronos
Brad Pitt e Angelina Jolie, anche Zahara si libera del cognome del padre: è la terza figlia
» altri articoli...

Accedi | Pagina generata in 0.04 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere puglia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

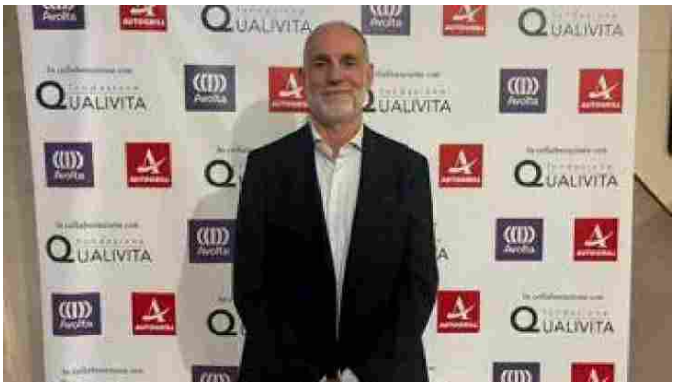
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Uccise carabiniere a Brindisi, l'imputato si scusa in aula...
2 31

Blitz contro il riciclaggio di veicoli rubati: dodici misure...
2 30

Andria: Fuga finita a Ostuni: catturato il 40enne evaso dal...
2 30

Accoltella l'ex compagno alla schiena, denunciata 30enne a...
2 29

Bitonto, cadavere di un uomo abbandonato sulla rampa...
2 29

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERECANATI.IT

www.ecostampa.it

vivere recanati e porto recanati
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Recanati: servizio antidroga dei Carabinieri, arrestate due...
2 41

Un'estate di applausi per The Muse Fam e lo Shakespeare di...
2 20

352 IMI tornano nomi, volti e famiglie
2 20

Scacchi giovanili: ad Osimo record di presenze ed entusiasmo...
2 15

Recanati porta l'orientamento in piazza: il 16 ottobre NEXT...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERECANATI.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere recanati e porto recanati
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Recanati: servizio antidroga dei Carabinieri, arrestate due...
2 41

Un'estate di applausi per The Muse Fam e lo Shakespeare di...
2 20

352 IMI tornano nomi, volti e famiglie
2 20

Scacchi giovanili: ad Osimo record di presenze ed entusiasmo...
2 15

Recanati porta l'orientamento in piazza: il 16 ottobre NEXT...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERECANATI.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERERECANATI.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Recanati, supplemento di Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Vivere Civitanova SRLs. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
Redazione: Via Cesare Beccaria 27/a Senigallia AN Tel. 392.2865503.
Pubblicità: Maurizio Lodico 392.2865503
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERECANATI.IT

www.ecostampa.it

vivere recanati e porto recanati
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Recanati: servizio antidroga dei Carabinieri, arrestate due...
2 41

Un'estate di applausi per The Muse Fam e lo Shakespeare di...
2 20

352 IMI tornano nomi, volti e famiglie
2 20

Scacchi giovanili: ad Osimo record di presenze ed entusiasmo...
2 15

Recanati porta l'orientamento in piazza: il 16 ottobre NEXT...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Recanati, supplemento di Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Vivere Civitanova SRLs. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
Redazione: Via Cesare Beccaria 27/a Senigallia AN Tel. 392.2865503.
Pubblicità: Maurizio Lodico 392.2865503
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERECANATI.IT

www.ecostampa.it

vivere recanati e porto recanati
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

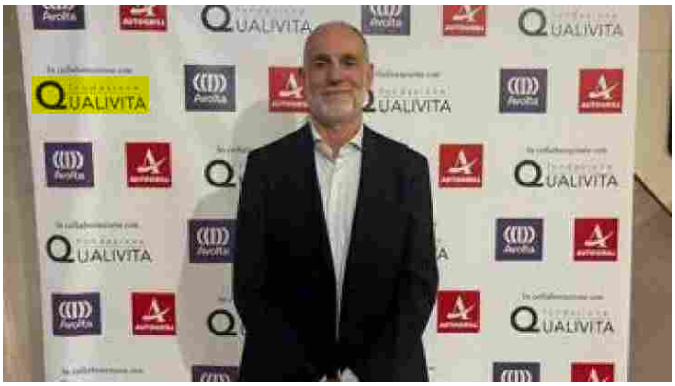
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Recanati: servizio antidroga dei Carabinieri, arrestate due...
2 41

Un’estate di applausi per The Muse Fam e lo Shakespeare di...
2 20

352 IMI tornano nomi, volti e famiglie
2 20

Scacchi giovanili: ad Osimo record di presenze ed entusiasmo...
2 15

Recanati porta l'orientamento in piazza: il 16 ottobre NEXT...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Recanati, supplemento di Vivere Civitanova, testata di Vivere srl, edita da Vivere Civitanova SRLs. Direttore responsabile **Andrea Brecciaroli**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 4 del 2 novembre 2020.
Redazione: Via Cesare Beccaria 27/a Senigallia AN Tel. 392.2865503.
Pubblicità: Maurizio Lodico 392.2865503
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere rende
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Rende, al supermercato Contè la busta per la borsa...
2 1127

Rende, bisarca contromano in via Kennedy: segnaletica assente...
2 749

Auto contro un muretto e poi si ribalta: ferito un 35enne
2 702

Ragazza investita nei pressi della rotatoria: sul posto il 118
2 621

Promessa mantenuta a Rende: firmato l'accordo, il centro...
2 433

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERENDE.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERERENDE.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Rende, supplemento edito da Carmine Ivan Greco di Vivere Marche, testata di Vivere SRL.
Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Martri di Melissa 5 87040 Castrolibero (CS). Tel. +39 335 159 3911 - 0984 645956
Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERICCIONE.IT

www.ecostampa.it

vivere riccione
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

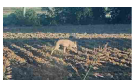
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Cade sui sampietrini alla Riccione Sunset Run, un altro...
2 684

Morciano di Romagna: dopo la caduta del pino altri tre alberi...
2 462

Scossa di terremoto sulla costa. A Riccione controllate...
2 442

È caos sulle serate di intrattenimento al Caffè Centrale. Lo...
2 186


Misano Monte: nuove segnalazioni di lupi sul territorio....
2 136

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERERICCIONE.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere riccione
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

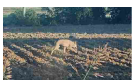
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Cade sui sampietrini alla Riccione Sunset Run, un altro...
2 684

Morciano di Romagna: dopo la caduta del pino altri tre alberi...
2 462

Scossa di terremoto sulla costa. A Riccione controllate...
2 442

È caos sulle serate di intrattenimento al Caffè Centrale. Lo...
2 187


Misano Monte: nuove segnalazioni di lupi sul territorio....
2 136

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERICCIONE.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERICCIONE.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Riccione, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERICCIONE.IT

www.ecostampa.it

vivere riccione
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

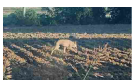
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Cade sui sampietrini alla Riccione Sunset Run, un altro...
2 684

Morciano di Romagna: dopo la caduta del pino altri tre alberi...
2 462

Scossa di terremoto sulla costa. A Riccione controllate...
2 442

È caos sulle serate di intrattenimento al Caffè Centrale. Lo...
2 187


Misano Monte: nuove segnalazioni di lupi sul territorio....
2 136

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Riccione, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERERICCIONE.IT

www.ecostampa.it

vivere riccione
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

ATTUALITÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

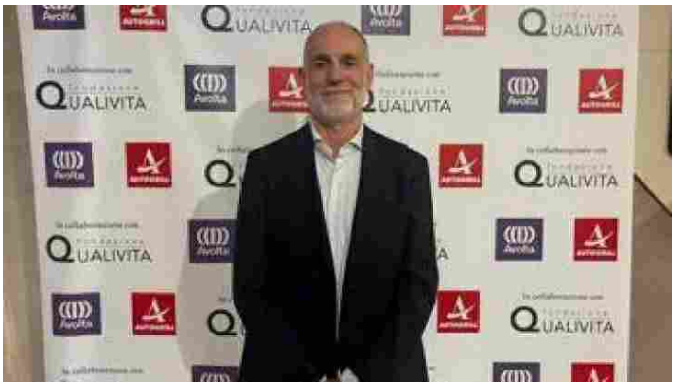
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

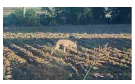
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Cade sui sampietrini alla Riccione Sunset Run, un altro...
2 684

Morciano di Romagna: dopo la caduta del pino altri tre alberi...
2 462

Scossa di terremoto sulla costa. A Riccione controllate...
2 442

È caos sulle serate di intrattenimento al Caffè Centrale. Lo...
2 186


Misano Monte: nuove segnalazioni di lupi sul territorio....
2 136

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Riccione, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere roma

www.ecostampa.it

vivere roma
eventi e notizie di Roma Capitale

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

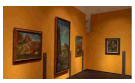
(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

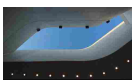
"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Gratis a Roma il weekend 26-27 settembre: Villa Torlonia
2 5552

Mostre a Roma 26-27 settembre: ultimi giorni a Villa Torlonia
2 2448

Prati: via Cola di Rienzo, Mercato Trionfale e come arrivare
2 1065


Cosa fare gratis a Roma 30 settembre-4 ottobre: domenica al museo
2 878

Quartiere Parioli Roma: cosa vedere e come arrivare
2 584

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere roma

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere roma

www.ecostampa.it

vivere roma
eventi e notizie di Roma Capitale

29.09.2026 15:02 7
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

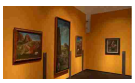
Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

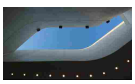
Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Gratis a Roma il weekend 26-27 settembre: Villa Torlonia
2 5552

Mostre a Roma 26-27 settembre: ultimi giorni a Villa Torlonia
2 2448

Prati: via Cola di Rienzo, Mercato Trionfale e come arrivare
2 1065


Cosa fare gratis a Roma 30 settembre-4 ottobre: domenica al museo
2 878

Quartiere Parioli Roma: cosa vedere e come arrivare
2 584

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere roma

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

vivere roma

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere roma

www.ecostampa.it

vivere roma
eventi e notizie di Roma Capitale

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

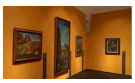
https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

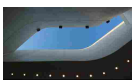
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Gratis a Roma il weekend 26-27 settembre: Villa Torlonia
2 5552

Mostre a Roma 26-27 settembre: ultimi giorni a Villa Torlonia
2 2448

Prati: via Cola di Rienzo, Mercato Trionfale e come arrivare
2 1065


Cosa fare gratis a Roma 30 settembre-4 ottobre: domenica al museo
2 878

Quartiere Parioli Roma: cosa vedere e come arrivare
2 584

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere roma

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Roma supplemento di Vivere Marche. Direttore editoriale **Mario Cambi**, direttore responsabile **Michele Pinto**. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.

Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere roma

www.ecostampa.it

vivere roma
eventi e notizie di Roma Capitale

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

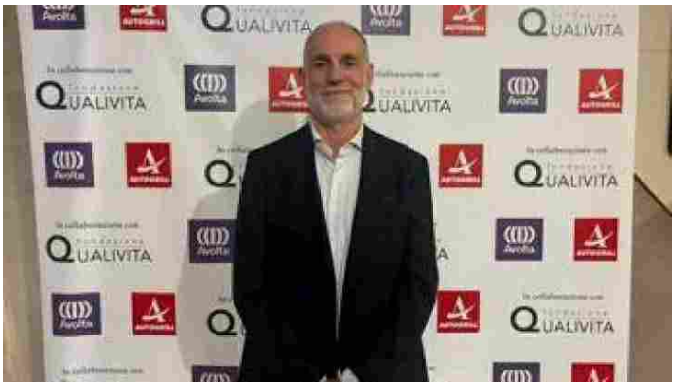
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



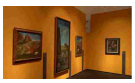
(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

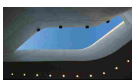
“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA


Gratis a Roma il weekend 26-27 settembre: Villa Torlonia
2 5552

Mostre a Roma 26-27 settembre: ultimi giorni a Villa Torlonia
2 2448

Prati: via Cola di Rienzo, Mercato Trionfale e come arrivare
2 1065


Cosa fare gratis a Roma 30 settembre-4 ottobre: domenica al museo
2 878

Quartiere Parioli Roma: cosa vedere e come arrivare
2 584

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

vivere roma

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Roma supplemento di Vivere Marche. Direttore editoriale **Mario Cambi**, direttore responsabile **Michele Pinto**. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.

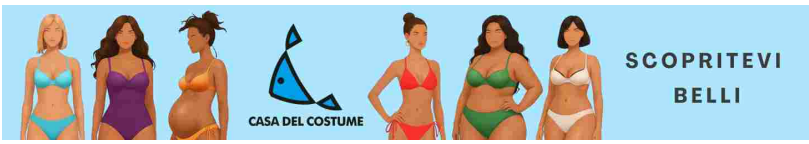
Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREROVERETO.IT

www.ecostampa.it



LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 33

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

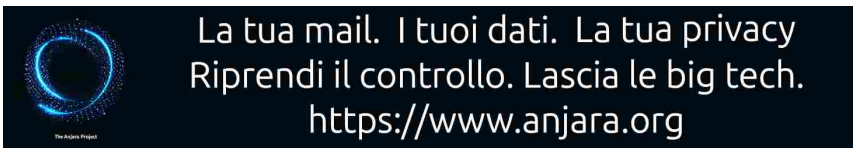
ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 33 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti



vivere rovereto
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere trentino alto adige
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone:...

Terrorismo, arrestato 17enne a Trento: aveva armi e materiale...

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREROVIGO.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 21

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

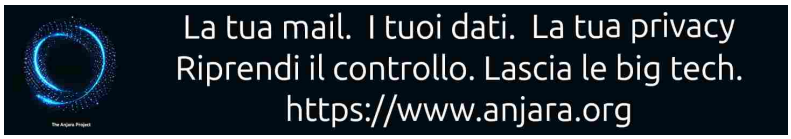
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 21 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

vivere rovigo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere veneto
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila...

Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Vivere Rovigo, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.

VIVERESALERNO.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 33

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

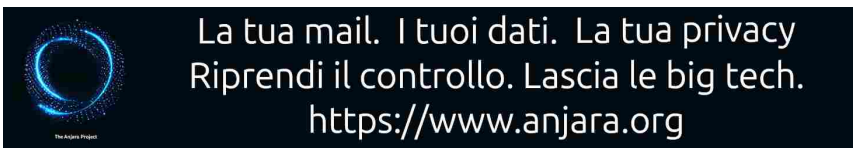
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da **Adnkronos**

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 33 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

vivere salerno
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORI

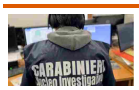
Simula suo rapimento per riscatto da mezzo milione euro:...

Ristrutturazione dello stadio Arechi, pubblicato il bando da...

Leggi tutti...

vivere campani
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CIT

Mondragone: in un terreno una coltivazione di marijuana e...


Giugliano: arrestato Salvatore Mari, latitante del clan Abbinante

Salerno, simula suo rapimento per riscatto da mezzo milione...

Salerno: ristrutturazione dello stadio Arechi, pubblicato il...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere san benedetto
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'Unione Rugby convince al Mandela: contro il forte Paese...
2 426

A Grottammare torna il Repair Café: "Prima di buttare,...
2 215

Sambenedettese: il Riviera terra di conquiste, rossoblu...
2 105

Progetto Civico Italia sbarca nel Piceno: a Ripatransone...
2 75

Grottammare, l'eredità di Liszt tra musica e turismo...
2 74

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESANBENEDETTO.IT(WEB2)

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere san benedetto
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'Unione Rugby convince al Mandela: contro il forte Paese...
2 426

A Grottammare torna il Repair Café: "Prima di buttare,...
2 215

Sambenedettese: il Riviera terra di conquiste, rossoblu...
2 105

Progetto Civico Italia sbarca nel Piceno: a Ripatransone...
2 75

Grottammare, l'eredità di Liszt tra musica e turismo...
2 74

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESANBENEDETTO.IT(WEB2)

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESANBENEDETTO.IT(WEB2)

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere san benedetto
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'Unione Rugby convince al Mandela: contro il forte Paese...
2 426

A Grottammare torna il Repair Café: "Prima di buttare,...
2 215

Sambenedettese: il Riviera terra di conquiste, rossoblu...
2 105

Progetto Civico Italia sbarca nel Piceno: a Ripatransone...
2 75

Grottammare, l'eredità di Liszt tra musica e turismo...
2 74

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere san benedetto
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

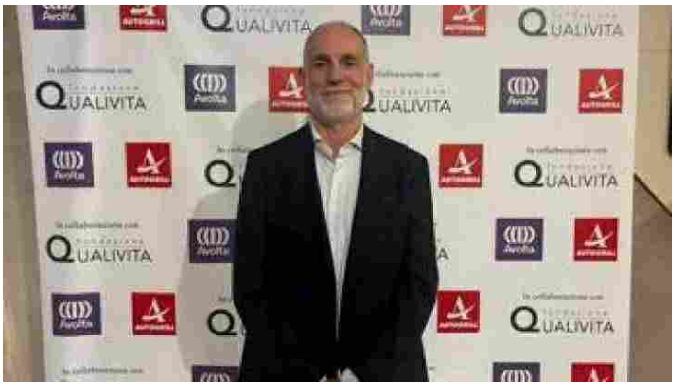
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'Unione Rugby convince al Mandela: contro il forte Paese...
2 426

A Grottammare torna il Repair Café: "Prima di buttare,...
2 215

Sambenedettese: il Riviera terra di conquiste, rossoblu...
2 105

Progetto Civico Italia sbarca nel Piceno: a Ripatransone...
2 75

Grottammare, l'eredità di Liszt tra musica e turismo...
2 74

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESANMARINO.COM

www.ecostampa.it

vivere san marino
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da Adnkronos

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

A Bex San Marino firma gli Artemis Accords
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERESANMARINO.COM

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere san marino
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

A Bex San Marino firma gli Artemis Accords

2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESANMARINO.COM

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERESANMARINO.COM

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere San Marino, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESANMARINO.COM

www.ecostampa.it

vivere san marino
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

A Bex San Marino firma gli Artemis Accords
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere San Marino, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESANMARINO.COM

www.ecostampa.it

vivere san marino
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

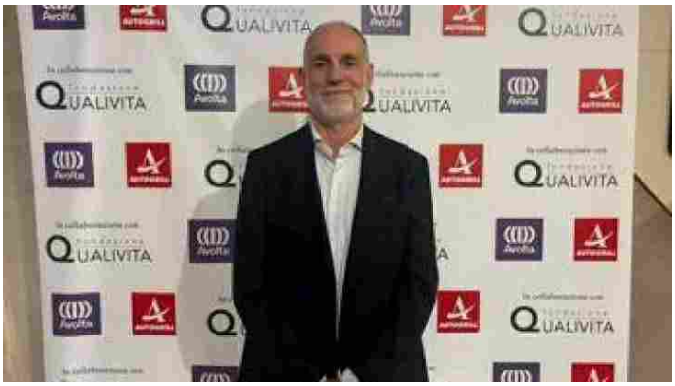
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

A Bex San Marino firma gli Artemis Accords
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere San Marino, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

vivere sardegna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Antonio Marras, il matrimonio è una festa senza fine
2 14

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 12

Scompare nel nulla a Ottava, dopo 24 ore viene ritrovata: era...
2 10

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

VIVERESARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

vivere sardegna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Antonio Marras, il matrimonio è una festa senza fine
2 14

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 12

Scompare nel nulla a Ottava, dopo 24 ore viene ritrovata: era...
2 10

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna:...
2 4

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERESARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERESARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Sardegna, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Antonio Marras, il matrimonio è una festa senza fine
2 14

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 12

Scompare nel nulla a Ottava, dopo 24 ore viene ritrovata: era...
2 10

Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna:...
2 4

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Sardegna, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESARDEGNA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

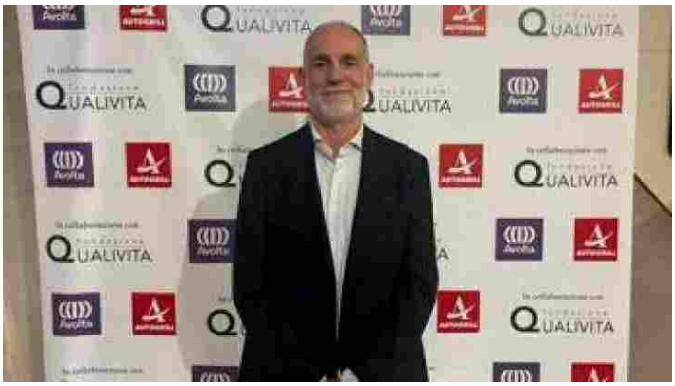
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Antonio Marras, il matrimonio è una festa senza fine
2 14

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 12

Scompare nel nulla a Ottava, dopo 24 ore viene ritrovata: era...
2 10

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Sardegna, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESASSARI.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04

1' di lettura 39

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

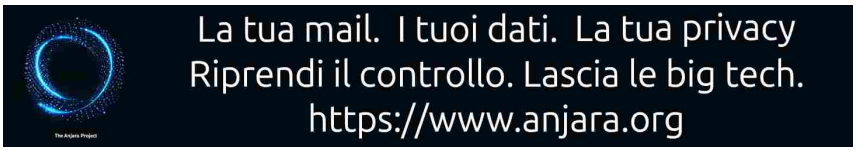
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da **Adnkronos**

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 39 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

logoEV

Leggi tutti...

logoEV

Leggi tutti...

vivere italia
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Parigi 2024, orari e programma di oggi: atleti italiani in gara

Trump: "Harris avrà difficoltà per il suo...

Mafia, insabbiamento appalti del '92: ex procuratore...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESASSARI.IT

www.ecostampa.it

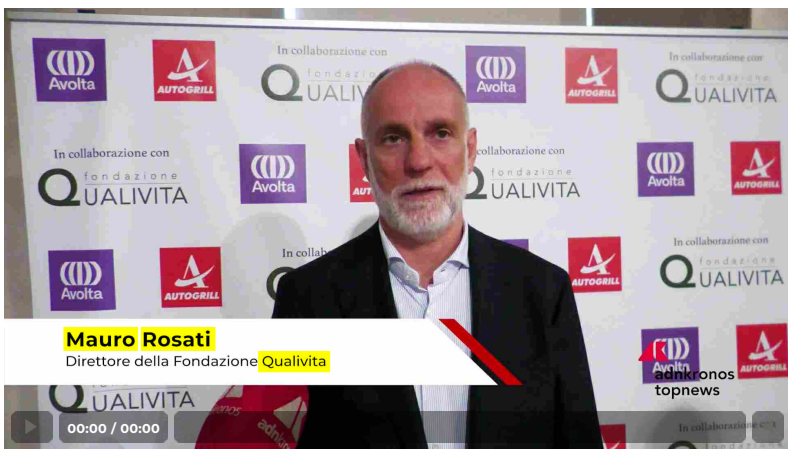
LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00

1' di lettura 179

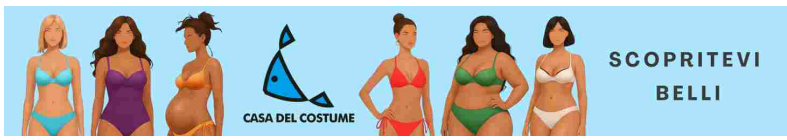
(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

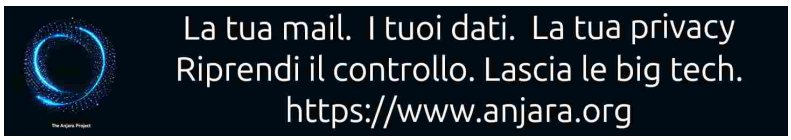
ARGOMENTI video

da Adnkronos



Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 179 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

vivere sassari
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere sardegna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila...

Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né...

Leggi tutti...

Vivere Sassari, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERESASSUOLO.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 0

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 0 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere sassuolo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Furti nei negozi: dati, soluzioni e casi reali per prevenire...

Prestiti: a settembre tasso medio scende all'8,38%, in...

"Agrosfera. Storie di tradizione e innovazione" il 2 ottobre...

Modena Belcanto Festival 2026: Kammermusik n. 2 al Palazzo...

Leggi tutti...

vivere emilia romagna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Riccione: Qualità dell'aria e tutela della salute: al via dal...

Riccione: Arboreto Cicchetti, dal paintball agli esposti...

Pablo Daniel Osvaldo: migliorano le condizioni di salute...

Furti nei negozi: dati, soluzioni e casi reali per prevenire...

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESASSUOLO.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

29.09.2026 - h 15:02 7' di lettura 0

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.
Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERESASSUOLO.IT

www.ecostampa.it

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESASSUOLO.IT

www.ecostampa.it

“Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l’Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L’Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l’intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l’organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni”.

“Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un’esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate”. Secondo Rosati “Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ‘Piacenza 1714’, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d’eccellenza come l’Asiago DOP e l’Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un’iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l’attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale”.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

ARGOMENTI attualità, prima pagina, adnkronos

da **Adnkronos**

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 0 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESASSUOLO.IT

www.ecostampa.it

Commenti

vivere sassuolo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Furti nei negozi: dati, soluzioni e casi reali per prevenire...

Prestiti: a settembre tasso medio scende all'8,38%, in...

"Agrosfera. Storie di tradizione e innovazione" il 2 ottobre...

Leggi tutti...

vivere emilia romagna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila...

Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né...

Leggi tutti...

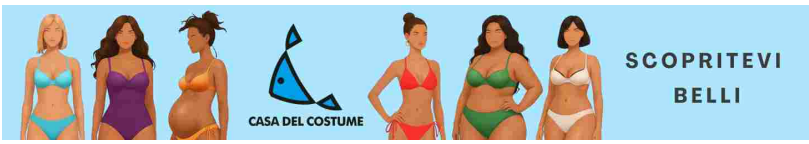
Vivere Sassuolo, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: laposta@deinaviganti.it
Accedi | Pagina generata in 0.03 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESASSUOLO.IT

www.ecostampa.it



LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00 1' di lettura 44

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

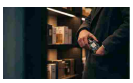
da **Adnkronos**

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 44 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere sassuolo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO


Furti nei negozi: dati, soluzioni e casi reali per prevenire...

Prestiti: a settembre tasso medio scende all'8,38%, in...

"Agrosfera. Storie di tradizione e innovazione" il 2 ottobre...

Leggi tutti...

vivere emilia romagna
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

66° Salone Nautico Internazionale, tutto pronto per edizione...

Farmaci carenti in Italia, l'Aifa rassicura: "Per oltre 2mila...

Roma invasa dalle golf car, una giungla senza regole né...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Vivere Sassuolo, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.

VIVERESAVONA.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04

1' di lettura 48

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

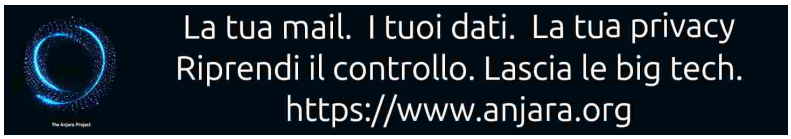
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 48 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

vivere savona
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere liguria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

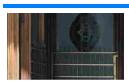
Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Parigi 2024, orari e programma di oggi: atleti italiani in gara

Trump: "Harris avrà difficoltà per il suo...

Mafia, insabbiamento appalti del '92: ex procuratore...


Camera, oggi question time con i ministri Salvini, Tajani,...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Vivere Savona, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

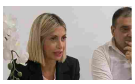
Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Logos, Palermo torna capitale delle parole e del Mediterraneo
2 70


La direzione della cura: 25 anni di formazione, psicoanalisi...
2 68

A Palazzo Butera "Bagheria, due secoli in Arte": la...
2 68

STEM senza barriere, l'impegno di Iberdrola Italia per un...
2 54

San Cataldo, sorelline scomparse erano in un supermercato per...
2 45

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere sicilia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

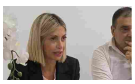
(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Logos, Palermo torna capitale delle parole e del Mediterraneo
2 70


La direzione della cura: 25 anni di formazione, psicoanalisi...
2 68

A Palazzo Butera "Bagheria, due secoli in Arte": la...
2 68

STEM senza barriere, l'impegno di Iberdrola Italia per un...
2 54

San Cataldo, sorelline scomparse erano in un supermercato per...
2 45

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-IT0Q67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Sicilia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.00 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy . Vi

´Piacenza 1714´, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

Autogrill presenta Piacenza 1714, quarta ricetta di Origini Edition, celebrando Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP e Aceto Balsamico di Modena IGP, con crema di carciofi e songino. Presentata a Piacenza, ricorda il cardinale Alberoni e l´uso diplomatico della norcineria locale nel 1714. L´iniziativa promuove Dop/Igp in viaggio, valorizzando filiere italiane e l´identità gastronomica regionale nell´area Autogrill/Avolta.

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l´Asiago Dop Fresco e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell´Emilia-Romagna, Luca D´Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione ´1714´ nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell´anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l´immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all´epoca conosciuta come ´bondiola´ - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L´impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell´expertise regionale di un Paese come l´Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell´approvvigionamento dell´azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l´italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l´azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni ´40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L´Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l´intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l´organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un´esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D´Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino ´Piacenza 1714´, che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d´eccellenza come l´Asiago DOP e l´Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un´iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l´attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un´iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all´Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l´identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l´Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell´offerta di una rete d´eccellenza con il nome ´Piacenza 1714´. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un´occasione preziosa per portare l´eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l´importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

I più letti della settimana

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

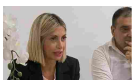
Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Logos, Palermo torna capitale delle parole e del Mediterraneo
2 70


La direzione della cura: 25 anni di formazione, psicoanalisi...
2 68

A Palazzo Butera "Bagheria, due secoli in Arte": la...
2 68

STEM senza barriere, l'impegno di Iberdrola Italia per un...
2 54

San Cataldo, sorelline scomparse erano in un supermercato per...
2 45

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Sicilia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

vivere sicilia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

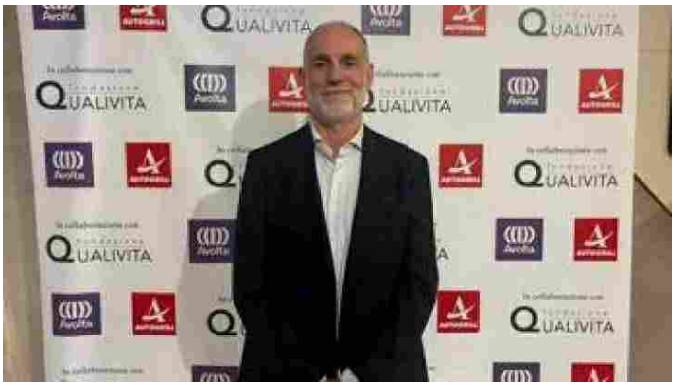
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

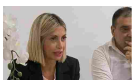
Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Logos, Palermo torna capitale delle parole e del Mediterraneo
2 70


La direzione della cura: 25 anni di formazione, psicoanalisi...
2 68

A Palazzo Butera "Bagheria, due secoli in Arte": la...
2 68

STEM senza barriere, l'impegno di Iberdrola Italia per un...
2 54

San Cataldo, sorelline scomparse erano in un supermercato per...
2 45

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERESICILIA.IT

www.ecostampa.it

Commenti

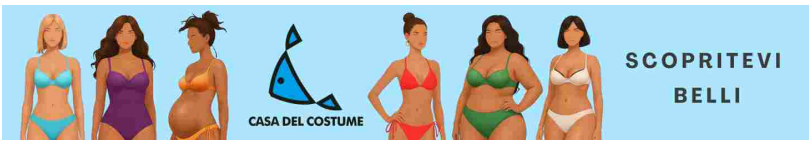
Vivere Sicilia, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESIRACUSA.IT

www.ecostampa.it



LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 26

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

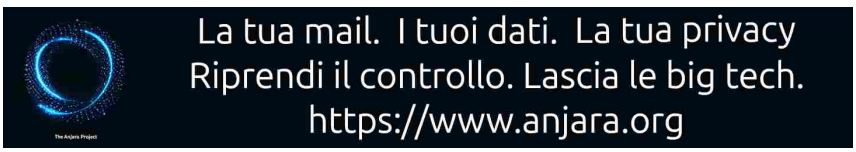
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da **Adnkronos**

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 26 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0



Commenti

vivere siracusa
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORI

Leggi tutti...

vivere sicilia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CIT

Aeroporto di Palermo, a luglio superato il tetto di un...

Palermo: Alida Ferro, una dermatologa con la passione per il...

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CIT

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERESIRACUSA.IT

www.ecostampa.it

Diventa Editore del quotidiano Vivere Srl della tua città! NEWS

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

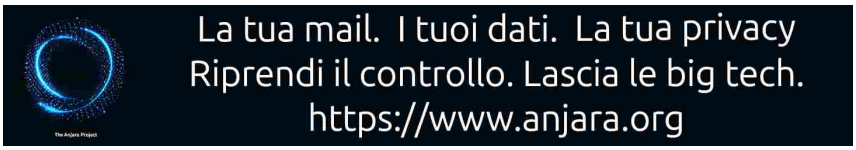
29.09.2026 - h 15:00 1' di lettura 44

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos



Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 44 letture

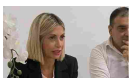
SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere siracusa
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere sicilia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ


La direzione della cura: 25 anni di formazione, psicoanalisi...

Palermo, rapina violenta in piazza Sant'Anna: quattro giovani...

Etna, nube eruttiva alta 4 chilometri: voli sospesi fino alle...

Etna, ripristinati i voli all'aeroporto di Catania: allerta...

Leggi tutti...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETERAMO.IT

www.ecostampa.it

vivere teramo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:50 3
LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Operaio morto precipitando al Colosseo: Andrea Moretti aveva...
2 18

Operaio precipitato al Colosseo, il sindaco di Crognaleto:...
2 12

Operaio precipitato al Colosseo, il sindaco di Crognaleto:...
2 8

Operaio morto al Colosseo, attesa per l'autopsia: verso i...
2 8

Operaio morto al Colosseo, 7 persone indagate per il decesso...
2 7

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERETERAMO.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere teramo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Operaio morto precipitando al Colosseo: Andrea Moretti aveva...
2 18

Operaio precipitato al Colosseo, il sindaco di Crognaleto:...
2 12

Operaio precipitato al Colosseo, il sindaco di Crognaleto:...
2 8

Operaio morto al Colosseo, attesa per l'autopsia: verso i...
2 8

Operaio morto al Colosseo, 7 persone indagate per il decesso...
2 7

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETERAMO.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-IT0Q67

VIVERETERAMO.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere teramo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Operaio morto precipitando al Colosseo: Andrea Moretti aveva...
2 18

Operaio precipitato al Colosseo, il sindaco di Crognaleto:...
2 12

Operaio precipitato al Colosseo, il sindaco di Crognaleto:...
2 8

Operaio morto al Colosseo, attesa per l'autopsia: verso i...
2 8

Operaio morto al Colosseo, 7 persone indagate per il decesso...
2 7

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere teramo
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

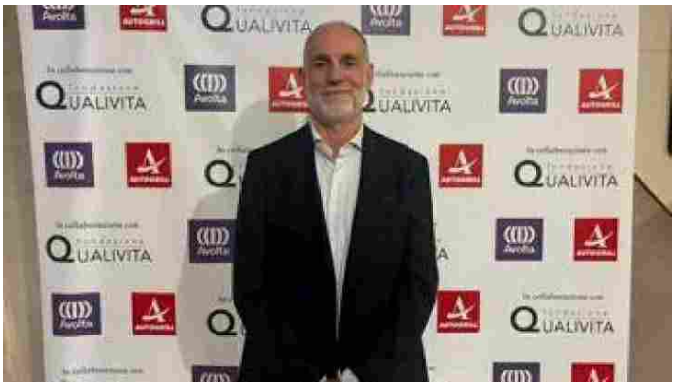
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Operaio morto precipitando al Colosseo: Andrea Moretti aveva...
2 18

Operaio precipitato al Colosseo, il sindaco di Crognaleto:...
2 12

Operaio precipitato al Colosseo, il sindaco di Crognaleto:...
2 8

Operaio morto al Colosseo, attesa per l'autopsia: verso i...
2 8

Operaio morto al Colosseo, 7 persone indagate per il decesso...
2 7

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere torino
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

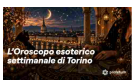
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Torino, bimbo di 7 anni investito mentre era in bici: è...
2 35

Bioland porta a Terra Madre il format "Il gusto invisibile:...
2 21

Piazza dei Maestri, una tappa da non perdere per 20 ottimi motivi
2 21

Falchera, al via percorso per riqualificare piazza Astengo
2 18



L'oroscopo esoterico di Torino dal 28 settembre al 4 ottobre...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETORINO.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERETORINO.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Torino, supplemento di Vivere Marche, testata di Vivere srl e edita da P.E.P. Direttore editoriale Paolo Massimo Benvenuti, direttore responsabile Michele Pinto. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Lera 34c. - Pubblicità: 371.5219488.
Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETORINO.IT

www.ecostampa.it

vivere torino
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

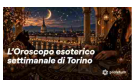
I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Torino, bimbo di 7 anni investito mentre era in bici: è...
2 35

Bioland porta a Terra Madre il format "Il gusto invisibile:...
2 21

Piazza dei Maestri, una tappa da non perdere per 20 ottimi motivi
2 21

Falchera, al via percorso per riqualificare piazza Astengo
2 18



L'oroscopo esoterico di Torino dal 28 settembre al 4 ottobre...
2 15

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERETORINO.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Torino, supplemento di Vivere Marche, testata di Vivere srl e edita da P.E.P. Direttore editoriale Paolo Massimo Benvenuti, direttore responsabile Michele Pinto. Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Lera 34c. - Pubblicità: 371.5219488.
Informativa sulla Privacy.
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETOSCANA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

'Broken', a Firenze la mostra che celebra i frammenti...
2 38

Arezzo: Truffa del finto carabiniere, 21enne viene arrestato...
2 35

Grosseto: le eccellenze dell'agrifood incontrano gli...
2 28

San Francesco d'Assisi e Giuseppe Nicola Nasini, un episodio...
2 27

David Rossi, Antonio Muto: "Non ero io il sedicente Muto, mai...
2 27

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETOSCANA.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere toscana
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

'Broken', a Firenze la mostra che celebra i frammenti...
2 38

Arezzo: Truffa del finto carabiniere, 21enne viene arrestato...
2 35

Grosseto: le eccellenze dell'agrifood incontrano gli...
2 28

San Francesco d'Assisi e Giuseppe Nicola Nasini, un episodio...
2 27

David Rossi, Antonio Muto: "Non ero io il sedicente Muto, mai...
2 27

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETOSCANA.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERETOSCANA.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Toscana, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETOSCANA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

'Broken', a Firenze la mostra che celebra i frammenti...
2 38

Arezzo: Truffa del finto carabiniere, 21enne viene arrestato...
2 35

Grosseto: le eccellenze dell'agrifood incontrano gli...
2 28

San Francesco d'Assisi e Giuseppe Nicola Nasini, un episodio...
2 27

David Rossi, Antonio Muto: "Non ero io il sedicente Muto, mai...
2 27

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Toscana, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETOSCANA.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

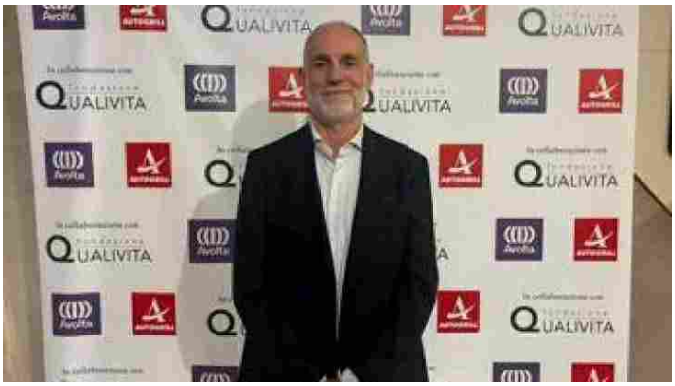
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: "Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata".

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

'Broken', a Firenze la mostra che celebra i frammenti...
2 38

Arezzo: Truffa del finto carabiniere, 21enne viene arrestato...
2 35

Grosseto: le eccellenze dell'agrifood incontrano gli...
2 28

San Francesco d'Assisi e Giuseppe Nicola Nasini, un episodio...
2 27

David Rossi, Antonio Muto: "Non ero io il sedicente Muto, mai...
2 27

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Toscana, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.13 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 20

Trento: Carabinieri smantellano rete internazionale di...
2 15

Terrorismo, arrestato 17enne a Trento: aveva armi e materiale...
2 5

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone:...
2 5

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

vivere trentino alto adige
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 20

Trento: Carabinieri smantellano rete internazionale di...
2 15

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone:...
2 7

Terrorismo, arrestato 17enne a Trento: aveva armi e materiale...
2 5

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone:...
2 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Trentino-Alto Adige, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: SS Adriatica km 271 snc Senigallia AN Tel. 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/viveretrentinoaltoadige. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 20

Trento: Carabinieri smantellano rete internazionale di...
2 15

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone:...
2 7

Terrorismo, arrestato 17enne a Trento: aveva armi e materiale...
2 5

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone:...
2 0

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Trentino-Alto Adige, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: SS Adriatica km 271 snc Senigallia AN Tel. 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/viveretrentinoaltoadige. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

vivere trentino alto adige
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

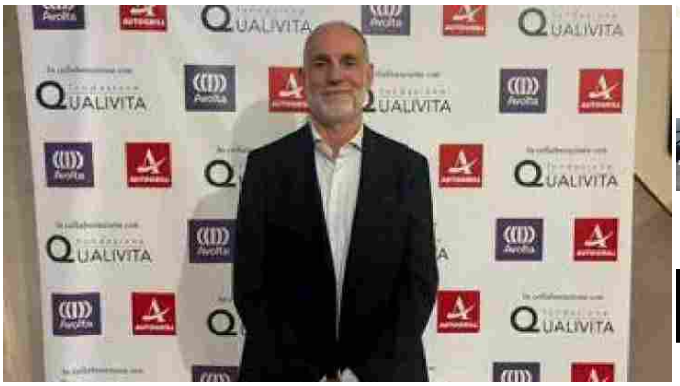
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 20

Trento: Carabinieri smantellano rete internazionale di...
2 15

Terrorismo, arrestato 17enne a Trento: aveva armi e materiale...
2 5

Bolzano, bambina di 5 anni travolta e uccisa da un furgone:...
2 1

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

VIVERETRENTINOALTOADIGE.IT

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Trentino-Alto Adige, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: SS Adriatica km 271 snc Senigallia AN Tel. 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/viveretrentinoaltoadige. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere umbria
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI | Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

L'oro verde di Perugia conquista il pianeta: l'Olio Batta...
2 103

Truffa da 300mila euro agli anziani: la Polizia Stradale li...
2 78

Ponte San Giovanni paralizzata dal traffico: sul ritorno del...
2 64

Spoleto: Tagli alla Sanità in Umbria, bufera sull'Ospedale di...
2 62

Regole, salute e solidarietà: a Perugia al via il primo...
2 48

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREUMBRIA.ORG

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Umbria, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: SS Adriatica km 271 snc Senigallia AN Tel. 071.7921452.
RSS: http://feeds.feedburner.com/vivereumbria. Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREVASTO.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 4

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 4 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

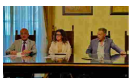
Commenti

vivere vasto
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere abruzzo
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Pescara: segnalazione di abbandono rifiuti, "Scaricate tutti...


Pescara: venerdì in Comune un incontro informativo dedicato...

Turismo, D'Amario: "Con le Aree Movie Friendly i piccoli...

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREVASTO.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

29.09.2026 - h 15:00

1' di lettura 44

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.
C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

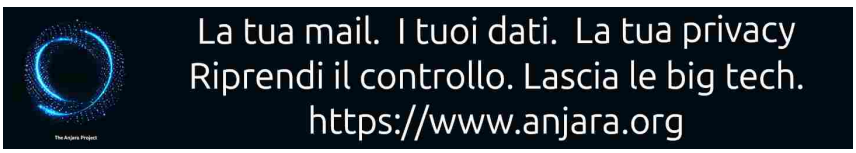
ARGOMENTI video

da Adnkronos

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 44 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

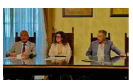
Commenti



vivere vasto
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere abruzzo
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ



Pescara: venerdì in Comune un incontro informativo dedicato...

Pescara: segnalazione di abbandono rifiuti, "Scaricate tutti...

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREVENETO.ORG

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:50 3

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zk

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Riassumi

(Adnkronos) - "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'.

Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura - spiega D'Alba - L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco - approfondisce - e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Il Veneto conquista Lonely Planet, è tra le 50 mete top del...
2 24

Venice Gardens Foundation, il 5 ottobre i vincitori dei premi...
2 15

Magis inaugura a Trissino il più grande impianto fotovoltaico...
2 14

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 13

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREVENETO.ORG

www.ecostampa.it

documentarsi su ciò che stanno degustando - aggiunge - Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno - racconta D'Alba - il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti - approfondisce D'Alba - Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Commenti

152944-IT0Q67

vivere veneto
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

SOCIAL | CATEGORIE | NETWORK | SERVIZI | CONTATTI
Cerca...

ATTUALITÀ

29.09.2026 15:02 7

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zw

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Riassumi

(Adnkronos) - Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra - e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' - utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition - lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Il Veneto conquista Lonely Planet, è tra le 50 mete top del...
2 24

Venice Gardens Foundation, il 5 ottobre i vincitori dei premi...
2 15

Magis inaugura a Trissino il più grande impianto fotovoltaico...
2 14

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 13

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREVENETO.ORG

www.ecostampa.it

Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe - volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia - oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica - si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio - aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città - con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, - ha dichiarato Mammi - che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, - ha detto D'Alba - raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Veneto, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

vivere veneto
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

29.09.2026 15:00 1

LANCIO DI AGENZIA

da **Adnkronos**

ARGOMENTI
video

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zz

Rosati (Fondazione Qualivita), 'panino Piacenza 1714 porta in Autogrill eccellenza italiana'

(Adnkronos) - "Piacenza 1714 è un panino che incorpora prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena.

C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori. Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura". Lo afferma Mauro Rosati, Direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Il Veneto conquista Lonely Planet, è tra le 50 mete top del...
2 24

Venice Gardens Foundation, il 5 ottobre i vincitori dei premi...
2 15

Magis inaugura a Trissino il più grande impianto fotovoltaico...
2 14

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 13

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Commenti

Vivere Veneto, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREVENETO.ORG

www.ecostampa.it

29.09.2026 14:51 1

LANCIO DI AGENZIA

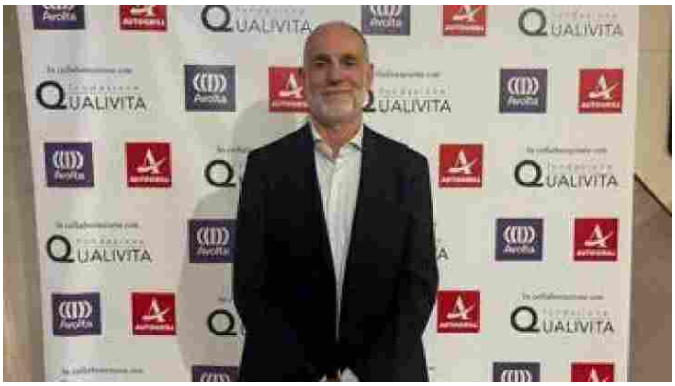
da **Adnkronos**

ARGOMENTI
attualità, prima pagina, adnkronos

CONDIVIDI

https://vivere.me/g0zj

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"



(Adnkronos) - “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela.

Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana.

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori - prosegue - Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

Il Veneto conquista Lonely Planet, è tra le 50 mete top del...
2 24

Venice Gardens Foundation, il 5 ottobre i vincitori dei premi...
2 15

Magis inaugura a Trissino il più grande impianto fotovoltaico...
2 14

Easy Up, le scarpe Made in Italy per tutori AFO e DAFO
2 13

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

www.ecostampa.it

Commenti

Vivere Veneto, supplemento di Vivere Marche, testata edita da Vivere SRL. Direttore editoriale **Giulia Mancinelli**, direttore responsabile **Michele Pinto**.Registrazione presso il tribunale di Ancona n° 9 del 29 Agosto 2017. Iscrizione ROC 30223.
Redazione: Via Mamiani 26 Senigallia AN Tel. 071.7921452.
Informativa sulla Privacy.
Pubblicità: 071.7921452
Accedi | Pagina generata in 0.01 secondi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

VIVEREVIAREGGIO.IT

www.ecostampa.it

LANCIO DI AGENZIA

Autogrill presenta 'Piacenza 1714', il panino di 'Origini Edition' che celebra i prodotti Dop e Igp

29.09.2026 - h 18:04 1' di lettura 12

da **Adnkronos**

(Adnkronos) - Autogrill ha presentato a Piacenza il nuovo panino 'Piacenza 1714', quarta ricetta del progetto 'Origini Edition' dedicato alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari certificate italiane. La proposta unisce Coppa Piacentina DOP, Asiago DOP Fresco e Aceto Balsamico di Modena IGP. Il progetto punta a promuovere prodotti DOP e IGP attraverso la rete Autogrill. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf (Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste) e Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi). La denominazione del panino, inoltre, richiama una vicenda storica legata alla diffusione della Coppa Piacentina nelle corti europee del Settecento.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ARGOMENTI video

Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 29 settembre 2026 - 12 letture

SHORT LINK:
https://vivere.me/g0

Commenti

vivere viareggio versilia
IL QUOTIDIANO DELLA CITTÀ E DEL TERRITORIO

Leggi tutti...

vivere toscana
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Pistoia: Sequestrati 21mila articoli contraffatti e non...

Morte David Rossi, consulenti su stato emotivo: "Era...

Pisa per la Pace, convenzione per accogliere e sostenere due...

Sansepolcro: ha 120mila euro di gioielli in auto, fermato 22enne

Leggi tutti...

vivere italia
QUOTIDIANI ONLINE PER LA TUA CITTÀ

Inchiesta Lazio, il legale di Lotito: "Nessun rapporto con...

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

V-NEWS.IT

www.ecostampa.it

Video

V-ne

Quotidiano I

News Cronaca Sport Pagina Nazionale Alto Casertano Politica Tecnologia Guide Cinema Videogiochi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

V-NEWS.IT

www.ecostampa.it

Rosati di Qualivita: 'Il progetto Piacenza 1714 è fondamentale per il futuro'

Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, ha presentato il panino 'Piacenza 1714' in collaborazione con Autogrill, evidenziando l'importanza di valorizzare i prodotti DOP e IGP italiani. Questa iniziativa non solo promuove la qualità alimentare, ma sostiene anche il Made in Italy, creando sinergie tra agricoltura e distribuzione per ampliare la visibilità dei prodotti locali.

Redazione V-news.it/29 Settembre 2026/Pagina Nazionale

Un nuovo panino per l'eccellenza

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta con Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e i Consorzi di tutela. Oggi presentiamo 'Piacenza 1714', un panino che include prodotti Dop come l'Asiago e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo progetto è importante perché valorizza i prodotti Dop e Igp italiani in termini di qualità e comunicazione." Così Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, durante la presentazione a Piacenza del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Valorizzazione del Made in Italy

Rosati aggiunge: "È un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo continuità nei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata." La scelta di utilizzare ingredienti di alta qualità, come l'Asiago e l'Aceto Balsamico di Modena, rappresenta un passo significativo nella promozione delle tradizioni culinarie italiane. Il panino 'Piacenza 1714' non è solo un prodotto alimentare, ma un vero e proprio ambasciatore della cultura gastronomica italiana.

Collaborazione strategica per la crescita

"C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può solo giovare all'Italia e alla nostra agricoltura", conclude. Questa sinergia tra il settore agroalimentare e le grandi catene di distribuzione è fondamentale per creare una rete di sostegno che permetta ai produttori locali di emergere e raggiungere un pubblico più vasto. La visibilità garantita da Autogrill è un'opportunità per mettere in luce la qualità dei prodotti e la loro unicità.

Il futuro dei prodotti DOP e IGP

Il progetto 'Piacenza 1714' si inserisce in un contesto più ampio di valorizzazione delle eccellenze italiane. Con l'aumento della consapevolezza dei consumatori riguardo alla qualità e alla provenienza degli alimenti, iniziative come questa possono svolgere un ruolo cruciale nel promuovere il patrimonio gastronomico nazionale. La Fondazione Qualivita e i Consorzi di tutela lavorano incessantemente per garantire che i prodotti DOP e IGP ricevano il riconoscimento che meritano, contribuendo così a una crescita sostenibile del settore agroalimentare italiano.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

V-NEWS.IT

www.ecostampa.it

Video

V-ne

Quotidiano I

News Cronaca Sport Pagina Nazionale Alto Casertano Politica Tecnologia Guide Cinema Videogiochi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

V-NEWS.IT

www.ecostampa.it

Valorizzare le eccellenze locali: nasce ‘Piacenza 1714’ di D’Alba

Autogrill ha lanciato il panino 'Piacenza 1714' come parte del progetto 'Origini Edition', volto a valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane attraverso una rete di punti vendita. Questa iniziativa, frutto di una collaborazione con la Fondazione Qualivita, mira a comunicare il patrimonio culinario italiano e a generare un indotto lavorativo per i produttori locali.

Redazione V-news.it/29 Settembre 2026/Pagina Nazionale

Autogrill lancia ‘Piacenza 1714’

(Adnkronos) – “Il panino ‘Piacenza 1714’ è parte del progetto ‘Origini Edition’. Autogrill si propone di valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane, utilizzando il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per attivare un volano economico legato a questi prodotti”. Così Luca D’Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, ha presentato oggi a Piacenza il panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, nell’ambito della selezione ‘Origini Edition’ dedicata ai prodotti italiani certificati Dop e Igp.

Collaborazione per il patrimonio culinario

“Questa iniziativa nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta, e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe e del Ministero dell’Agricoltura – spiega D’Alba – L’obiettivo è valorizzare e comunicare il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell’Unesco – aggiunge – e come azienda leader nel travel retail, sentivamo l’esigenza di comunicare ai nostri consumatori il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o piccole”.

Storia e ingredienti del panino

“Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c’è una storia che raccontiamo non solo tramite il cibo, ma anche attraverso attività di infotainment per consentire ai viaggiatori di documentarsi su ciò che degustano – aggiunge – Il panino Piacenza è realizzato con la Coppa Piacentina Dop”. La denominazione ‘1714’ deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell’anno – racconta D’Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna per la sua qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da qui l’idea di richiamare la città di Piacenza e la data legata a questo salume”. Gli altri ingredienti sono “l’Asiago Dop Fresco e una maionese con l’Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra.

Un progetto continuativo e inclusivo

Proporre le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, l’eccellenza dei nostri prodotti e la quantità incredibile di produttori e specialità disponibili”, afferma il general manager. “L’impegno di Autogrill è distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, diamo visibilità e generiamo volumi per le produzioni territoriali”, evidenzia D’Alba. “Si crea così – continua – un indotto lavorativo per queste produzioni, con una grande importanza comunicativa, rendendo disponibili anche produzioni di nicchia a una vasta platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, insieme ad altri ingredienti – approfondisce D’Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con risvolti economici, culturali e divulgativi. Ogni lancio di un panino è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment nei punti vendita, per far scoprire ai consumatori la storia dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

WEBMAGAZINE24.IT

www.ecostampa.it

Settembre 29, 2026

WebMagazine24 La rivoluzione digitale dell'informazione

~ Home » WebMagazine24 – magazine online d'informazione » **D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"**

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714′ per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Adnkronos, Ultimora News Webmagazine24 Settembre 29, 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

WEBMAGAZINE24.IT

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – “Il lancio del panino ‘Piacenza 1714’, rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato ‘Origini Edition’. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti”. Così Luca D’Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l’ultimo della selezione ‘Origini Edition’ che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp. “È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D’Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole”. “Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop”. La denominazione ‘1714’ del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. ‘In quell'anno – racconta D’Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume”. Gli altri ingredienti sono “l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp”, illustra. Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto “serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire”, afferma il general manager. Infatti, “l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D’Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori”. Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. “Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D’Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane”, conclude.

—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Settembre 29, 2026

WebMagazine24 La rivoluzione digitale dell'informazione

~ Home » WebMagazine24 – magazine online d'informazione » **'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy**

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Adnkronos, Ultimora News Webmagazine24 Settembre 29, 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

WEBMAGAZINE24.IT

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino. Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori. Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40. "Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni". "Origini Edition è pensato per offrire anche

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale". Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano". "È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Condividi Articolo:

Potrebbe Interessarti:

1. **Russia, Putin: "Nel mondo più amici che nemici". Medvedev: "Guerra nucleare mai così vicina"**
2. **Stupro su campionessa scherma a Chianciano, pm: "Indagini partite subito"**
3. **Primarie Usa 2024, Corte Suprema: "Trump resta in scheda elettorale Colorado"**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

WEBMAGAZINE24.IT

www.ecostampa.it

Settembre 29, 2026

WebMagazine24 La rivoluzione digitale dell'informazione

~ Home » WebMagazine24 – magazine online d'informazione » **Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"**

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Adnkronos, Ultimora News Webmagazine24 Settembre 29, 2026

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

(Adnkronos) – “Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di ‘Piacenza 1714’, un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani”. Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie ‘Origini Edition’ di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell’eccellenza agroalimentare italiana. Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all'interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”. “C'è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all'Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.
—economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Condividi Articolo:

Potrebbe Interessarti:

1. **Russia, Putin: “Nel mondo più amici che nemici”. Medvedev: “Guerra nucleare mai così vicina”**
2. **Stupro su campionessa scherma a Chianciano, pm: “Indagini partite subito”**
3. **Primarie Usa 2024, Corte Suprema: “Trump resta in scheda elettorale Colorado”**
4. **MotoGp, Bagnaia rinnova con Ducati fino al 2026**
5. **Caso Alessia Pifferi, ‘rete criminale’ si allarga: sospetti su altre due psicologhe**
6. **Tomasi: “Tunnel utile a ricostruire rapporto con territorio”**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

HOME | CONTATTI

envi GROUP Da oltre 30 anni al servizio dell'ambiente

ULTIM'ORA

D'Alba (Avolta): "Lancio 'Piacenza 1714' per progetto 'Origini Edition', valorizzare eccellenze"

Crotone, 29 Settembre 2026 • 14:50

(Adnkronos) – "Il lancio del panino 'Piacenza 1714', rientra all'interno di un progetto più ampio intitolato 'Origini Edition'. Autogrill si impegna a voler valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane e, per farlo, mette a disposizione il proprio network di quasi 400 punti vendita e le capacità logistiche per dare visibilità e attivare un volano economico importante, legato agli acquisti che stanno dietro al lancio di questi prodotti". Così Luca D'Alba, General Manager Italy F&B di Avolta, intervenendo oggi a Piacenza alla

Cerca Cerca

Ultime notizie

Tragedia sulla SS 106 nel Catanzarese: bicicletta travolta da un'auto, muore un uomo
29 SETTEMBRE 2026

Crotone, la Polizia di Stato celebra San Michele Arcangelo: «Custodi del bene comune senza mai perdere l'umanità»
29 SETTEMBRE 2026

Franca Ferraro lascia la Prefettura di Crotone: l'omaggio e il ringraziamento di Confartigianato
29 SETTEMBRE 2026

Calabria, Wanda Ferro alla Guardia di Finanza: focus su evasione, fondi pubblici e criminalità
29 SETTEMBRE 2026

Crotone, gli agricoltori non si fermano: secondo giorno di protesta a Passovecchio
29 SETTEMBRE 2026

[custom-facebook-feed feed=1]

Italia

Nasce con onfalocele gigante, neonata salvata dopo 5 interventi
12 NOVEMBRE 2025

Capsula 4D per la guarigione delle ulcere intestinali
12 NOVEMBRE 2025

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

WESUD.IT

www.ecostampa.it

presentazione del panino lanciato da Autogrill, parte di Avolta, l'ultimo della selezione 'Origini Edition' che celebra la qualità dei prodotti italiani certificati Dop e Igp.

"È un'iniziativa che nasce dalla collaborazione tra Autogrill, parte di Avolta e la Fondazione Qualivita, con il sostegno della Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) e del Ministero dell'Agricoltura – spiega D'Alba – L'obiettivo è valorizzare e comunicare quello che è il patrimonio enogastronomico italiano. La cucina italiana è patrimonio dell'Unesco – approfondisce – e noi sentivamo l'esigenza, come azienda leader nel travel retail, di comunicare ai nostri milioni di consumatori, attraverso il lancio di prodotti, il valore del nostro patrimonio: consorzi, prodotti di eccellenza e produzioni grandi o più piccole".

"Dietro a queste produzioni, a volte centenarie, c'è una storia che cerchiamo di raccontare non solo tramite il cibo, ma anche attraverso un'attività di infotainment che consente ai nostri viaggiatori di documentarsi su ciò che stanno degustando – aggiunge – Nello specifico, il panino Piacenza è fatto ovviamente con la Coppa Piacentina Dop".

La denominazione '1714' del panino appena lanciato deriva da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. 'In quell'anno – racconta D'Alba – il cardinale Alberoni, membro della corte spagnola, richiedeva e portava il prodotto in Spagna proprio per la sua eccellenza e qualità, utilizzandolo come dono nelle relazioni diplomatiche. Da lì è nata l'idea di richiamare la città di Piacenza e la data in cui si trova traccia di questo eccezionale salume". Gli altri ingredienti sono "l'Asiago Dop Fresco, un'altra eccellenza italiana nel settore caseario, anch'essa conosciuta in tutto il mondo, insieme a una maionese con l'Aceto Balsamico di Modena Igp", illustra.

Proporre alla clientela le eccellenze della cucina italiana in un unico prodotto "serve a offrire una varietà che testimonia, anche ai tanti stranieri che visitano il nostro Paese, non solo l'eccellenza dei nostri prodotti, ma anche la quantità incredibile di produttori, consorzi e specialità che possiamo offrire", afferma il general manager.

Infatti, "l'impegno di Autogrill è innanzitutto quello di distribuire questi prodotti su scala nazionale: grazie alle nostre capacità logistiche, riusciamo a dare visibilità e a generare volumi importanti per le produzioni territoriali", evidenzia D'Alba. "Si crea così -continua- un indotto lavorativo che garantiamo a queste produzioni, ma c'è anche una grandissima importanza comunicativa, perché rendiamo produzioni magari di nicchia, o comunque non enormi, disponibili a una vastissima platea di consumatori". Quello lanciato oggi fa parte di un progetto continuativo. "Oltre al panino Piacenza, ne abbiamo lanciati altri tre, dedicati al Prosciutto di Carpegna, alla Burrata di Andria e alla Mozzarella di Gioia del Colle, oltre ad altri ingredienti – approfondisce D'Alba – Il progetto vuole essere continuativo, con un risvolto sia economico sia culturale e divulgativo. Ogni lancio di un panino, infatti, è accompagnato da attività di comunicazione e infotainment all'interno dei punti vendita, per far sì che i nostri consumatori possano scoprire la storia e tutto ciò che c'è dietro alla produzione di queste eccellenze italiane", conclude.

—

economia

Sondrio, frana la montagna a Lanzada: macigno sulla strada
11 NOVEMBRE 2025

Mostre, Gli 'asinelli' di Francis James: omaggio di Curi a Palazzo Rhinoceros di Roma
11 NOVEMBRE 2025

Agli Uffizi arriva il 'Mendicante Moro' di Giacomo Ceruti
10 NOVEMBRE 2025

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Seguici anche sul nostro canale

Telegram

ultimora

Articoli Correlati

Un progetto per la Montagna

Pubblicato l'avviso per la selezione di esperti per progetto "Aiuti di Stato"

Arianna Fontana su Generazione Talento, bel progetto per giovani

Parigi 2024, disastro lancio del peso: pedana-trappola per atleti

wesud.it
TESTATA GIORNALISTICA
Aut. trib. di Crotone
n. 1 del 17/02/2016

REDAZIONE
Via Marciana, 1 · 88900 Crotone KR
info@wesud.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Antonella Marazziti

EDITORE
wesudmedia
Via Marciana, 1 · 88900 Crotone KR
P.I. 04042830796
REA KR-231100
ROC 44332

POWERED BY Pixelfarm

ARCHIVI
Settembre 2026
Agosto 2026
Luglio 2026
Giugno 2026
Maggio 2026
Aprile 2026
Marzo 2026
Febbraio 2026
Gennaio 2026
Dicembre 2025
Novembre 2025
Ottobre 2025

SEZIONI
Attualità
Cronaca
Cultura & Spettacolo
Politica
Sport
Video

INFORMAZIONI
Contatti
Cookie Policy
Privacy
Feed RSS

SOCIAL
Facebook
Instagram
Telegram
Youtube

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

HOME | CONTATTI

envì GROUP Da oltre 30 anni al servizio dell'ambiente

ULTIM'ORA

'Piacenza 1714', da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Crotone, 29 Settembre 2026 • 15:02

(Adnkronos) – Autogrill presenta Piacenza 1714, la nuova proposta del progetto Origini Edition che celebra la Coppa Piacentina Dop, l'Asiago Dop Fresco e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, accompagnati da crema di carciofi e songino.

Piacenza 1714 è stato presentato oggi, in occasione della conferenza stampa presso Palazzo Farnese a Piacenza, alla quale hanno partecipato: Katia Tarasconi, sindaco di Piacenza, Alessio Mammi, assessore regionale dell'Emilia-

Cerca Cerca

Ultime notizie

Tragedia sulla SS 106 nel Catanzarese: bicicletta travolta da un'auto, muore un uomo
29 SETTEMBRE 2026

Crotone, la Polizia di Stato celebra San Michele Arcangelo: «Custodi del bene comune senza mai perdere l'umanità»
29 SETTEMBRE 2026

Franca Ferraro lascia la Prefettura di Crotone: l'omaggio e il ringraziamento di Confartigianato
29 SETTEMBRE 2026

Calabria, Wanda Ferro alla Guardia di Finanza: focus su evasione, fondi pubblici e criminalità
29 SETTEMBRE 2026

Crotone, gli agricoltori non si fermano: secondo giorno di protesta a Passovecchio
29 SETTEMBRE 2026

[custom-facebook-feed feed=1]

Italia

Nasce con onfalocele gigante, neonata salvata dopo 5 interventi
12 NOVEMBRE 2025

Capsula 4D per la guarigione delle ulcere intestinali
12 NOVEMBRE 2025

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

WESUD.IT

www.ecostampa.it

Romagna, Luca D'Alba, general manager Italy F&B di Avolta, Mauro Rosati, direttore generale della Fondazione Qualivita, Cesare Baldrighi, presidente di Origin Italia e i rappresentanti delle eccellenze Dop e Igp che la ricetta celebra. La denominazione '1714' nasce da una testimonianza storica custodita negli archivi del Collegio Alberoni e delle istituzioni piacentine. Proprio in quell'anno, il cardinale Giulio Alberoni, originario del territorio di Piacenza e primo ministro alla corte di Spagna di Filippo V, svelò l'immenso valore della norcineria locale: Alberoni, infatti, faceva costantemente arrivare in Spagna i salumi della propria terra – e in particolare della Coppa Piacentina Dop, all'epoca conosciuta come 'bondiola' – utilizzandoli come prezioso dono diplomatico nelle relazioni con le diverse corti europee. Piacenza 1714 diventa così espressione di storie, sapori e tradizioni per milioni di viaggiatori.

Il nuovo panino amplia il progetto Origini Edition – lanciato ad aprile a Roma, alla presenza del ministro della Agricoltura Francesco Lollobrigida, in collaborazione con Fondazione Qualivita e con il sostegno di Masaf e Fipe – volto a promuovere i prodotti a Denominazione di Origine Protetta e Indicazione Geografica Protetta in tutta la rete Autogrill. Si tratta della quarta ricetta della linea Autogrill, lanciata dopo il successo delle tre precedenti proposte, tra cui: Carpegna 1463, Andria 1931 e Gioia 1922. Anche con Piacenza 1714, vengono così valorizzati nuovi prodotti e tradizioni delle filiere agroalimentari italiane, restituendo nel piatto la ricchezza di un patrimonio gastronomico costruito nel tempo. L'impegno di Autogrill, attraverso Origini Edition, per la valorizzazione dell'expertise regionale di un Paese come l'Italia – oggi il numero uno in Europa per prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica – si riflette anche nell'approvvigionamento dell'azienda: circa il 75% dei suoi acquisti annuali di prodotti alimentari e bevande proviene da fornitori con sede in Italia e il suo attuale assortimento comprende oltre 60 prodotti certificati. Una filosofia in linea con la visione di tutta Avolta, di cui Autogrill fa parte dal 2023 a seguito della business combination con Dufry. Oggi Avolta (il primo azionista è l'italiana Edizione) è leader globale nel travel retail e nel food&beverage, con una presenza in 70 Paesi e con circa 5.100 punti vendita in oltre 1.000 location. A livello globale, l'azienda ha un portafoglio di oltre 1.000 brand e impiega oltre 78.000 dipendenti, mentre, in Italia, opera su tutti i principali canali di viaggio – aeroporti, autostrade, stazioni ferroviarie e città – con oltre 400 punti vendita su tutto il territorio nazionale e con un portafoglio di circa 60 brand, tra proprietari e in partnership. In questo contesto, Autogrill è il brand di Avolta leader nella ristorazione per chi viaggia sul canale autostradale, con una storia e una tradizione radicate nel tessuto sociale italiano, che inizia negli anni '40.

"Le nostre 46 produzioni Dop e Igp rappresentano un patrimonio straordinario, fatto di qualità, competenze, storia e territori. Iniziative come questa hanno il merito di raccontare le nostre eccellenze anche in luoghi frequentati ogni giorno da migliaia di viaggiatori, creando nuove occasioni per far conoscere non soltanto un prodotto, ma la comunità e la cultura che ci sono dietro. La Coppa Piacentina Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp sono due espressioni importanti di questo sistema, – ha dichiarato Mammi – che vogliamo continuare a sostenere e valorizzare insieme ai Consorzi e alle imprese. Ringrazio gli organizzatori e tutti i soggetti coinvolti per aver costruito questa iniziativa che sono convinto sarà capace di dare ulteriore visibilità alle nostre produzioni di qualità. L'Emilia-Romagna è oggi la regione europea con il maggior numero di produzioni certificate. È un patrimonio che genera numeri straordinari: le sole produzioni Dop e Igp regionali valgono circa 3,6 miliardi di euro, oltre la metà dei circa 7 miliardi di euro prodotti a livello nazionale, mentre l'intero comparto

Sondrio, frana la montagna a Lanzada: macigno sulla strada
11 NOVEMBRE 2025

Mostre, Gli 'asinelli' di Francis James: omaggio di Curi a Palazzo Rhinoceros di Roma
11 NOVEMBRE 2025

Agli Uffizi arriva il 'Mendicante Moro' di Giacomo Ceruti
10 NOVEMBRE 2025

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

agroalimentare emiliano-romagnolo raggiunge un valore di 20 miliardi di euro. Il nostro obiettivo è rafforzare il valore delle Indicazioni Geografiche, migliorando la qualità produttiva, la tracciabilità, l'organizzazione delle filiere e la capacità di promozione. Per questo la Regione ha scelto di investire in modo significativo su promozione, investimenti, competitività e ricerca, affinché le imprese possano affrontare le sfide dei mercati globali mantenendo intatti gli standard qualitativi che le contraddistinguono, perché crescere significa ampliare i mercati senza mai perdere ciò che rende unico il valore di queste produzioni".

"Origini Edition è pensato per offrire anche nella ristorazione in viaggio un'esperienza in grado di unire qualità, gusto e scoperta del patrimonio enogastronomico italiano, – ha detto D'Alba – raccontando il valore della Cucina Italiana, riconosciuta patrimonio Unesco, attraverso la valorizzazione dei prodotti Dop e Igp, simbolo di tracciabilità, eccellenza e artigianalità. Con il lancio di Piacenza 1714, non solo raccontiamo una nuova storia di ricette, territori e persone, ma consolidiamo ulteriormente la nostra collaborazione con i Consorzi di tutela, portando nelle nostre aree di sosta sapori autentici, espressione di identità locali e filiere certificate". Secondo Rosati "Piacenza è da sempre una meta di grande richiamo per gastronomi e viaggiatori. Con il nuovo progetto del panino 'Piacenza 1714', che affianca alla Coppa Piacentina DOP prodotti d'eccellenza come l'Asiago DOP e l'Aceto Balsamico di Modena IGP, si amplia ulteriormente il paniere delle Indicazioni Geografiche presenti nella rete Autogrill. Un'iniziativa che valorizza le produzioni italiane di qualità e sostiene concretamente l'attività dei Consorzi di tutela nella promozione e nella diffusione della conoscenza delle Dop e Igp presso un pubblico ampio e internazionale".

Per Cesare Mazzetti, presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena "siamo davvero felici di essere stati coinvolti da Autogrill, Fondazione Qualivita e Origin Italia nel progetto del Panino Piacenza 1714, un'iniziativa che offre una nuova occasione per raccontare le eccellenze italiane attraverso una proposta di consumo contemporanea e accessibile a un pubblico molto ampio. La presenza della maionese all'Aceto Balsamico di Modena IGP testimonia inoltre una delle caratteristiche che più contraddistinguono la nostra denominazione: la grande versatilità. Progetti come questo ci permettono di far conoscere il prodotto in contesti nuovi, valorizzandone l'identità, la capacità di dialogare con altri ingredienti e il forte legame con il patrimonio agroalimentare italiano".

"È certamente una grande soddisfazione per il Consorzio di Tutela Salumi Dop Piacentini vedere un panino con la Coppa Piacentina Dop, accompagnata da altri due grandi prodotti tutelati come il Formaggio Asiago Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp, entrare a far parte dell'offerta di una rete d'eccellenza con il nome 'Piacenza 1714'. Un ulteriore elemento di orgoglio, per il quale ringraziamo sinceramente Autogrill e la Fondazione Qualivita, è la scelta di presentare ufficialmente questo straordinario prodotto proprio a Piacenza, nella suggestiva Sala dei Fasti Farnesiani di Palazzo Farnese dedicata alla Regina Elisabetta Farnese, da cui trae origine e significato storico la data 1714". Infine per Fiorenzo Rigoni, presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago "questa collaborazione è un'occasione preziosa per portare l'eccellenza della nostra filiera casearia a un pubblico sempre più ampio e promuovere l'importanza del comune impegno nel diffondere sempre più la conoscenza delle Indicazioni Geografiche italiane. Come Consorzio di Tutela siamo lieti di avvicinare viaggiatori e turisti alla produzione a caglio vegetale del formaggio Asiago DOP, testimone del patrimonio di artigianalità dei nostri territori e, al tempo stesso, risposta alle nuove esigenze alimentari dei consumatori".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Seguici anche sul nostro canale

Telegram

ultimora

Articoli Correlati

Lucano (Miele Lunigiana Dop): "Con Dop e Igp garanzia di tracciabilità"

Meloni: "Landini che mi dà della cortigiana? Obnubilato da rancore"

Crotone: Manca da casa da due giorni, appello della famiglia

Piacenza, investita da autobus all'uscita da scuola: muore 14enne

wesud.it
TESTATA GIORNALISTICA
Aut. trib. di Crotone
n. 1 del 17/02/2016

REDAZIONE
Via Marciana, 1 · 88900 Crotone KR
info@wesud.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Antonella Marazziti

EDITORE
wesudmedia
Via Marciana, 1 · 88900 Crotone KR
P.I. 04042830796
REA KR-231100
ROC 44332

ARCHIVI
Settembre 2026
Agosto 2026
Luglio 2026
Giugno 2026
Maggio 2026
Aprile 2026
Marzo 2026
Febbraio 2026
Gennaio 2026
Dicembre 2025
Novembre 2025
Ottobre 2025

SEZIONI
Attualità
Cronaca
Cultura & Spettacolo
Politica
Sport
Video

INFORMAZIONI
Contatti
Cookie Policy
Privacy
Feed RSS

SOCIAL
Facebook
Instagram
Telegram

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

HOME | CONTATTI

envì GROUP Da oltre 30 anni al servizio dell'ambiente

ISALAB ISTITUTO S. ANNA Ambulatorio Polispecialistico
AMBULATORIO DI FISIATRIA
Tecnologia, competenza e umanità al servizio della tua salute

ULTIM'ORA

Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Crotone, 29 Settembre 2026 • 14:51

(Adnkronos) – "Siamo arrivati alla quarta ricetta insieme ad Autogrill, in collaborazione con la Fondazione Qualivita e anche con i Consorzi di tutela. Oggi parliamo di 'Piacenza 1714', un panino che incorpora altri prodotti Dop, come l'Asiago, e un'Igp, l'Aceto Balsamico di Modena. Questo è un progetto molto importante perché mette al primo posto, per la qualità e in termini di comunicazione, i prodotti Dop e Igp italiani". Lo afferma Mauro Rosati, direttore della Fondazione Qualivita, in occasione della presentazione, oggi a Piacenza, del panino della serie 'Origini Edition' di Autogrill, parte di Avolta, la selezione che celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana.

Cerca Cerca

Ultime notizie

Tragedia sulla SS 106 nel Catanzarese: bicicletta travolta da un'auto, muore un uomo
29 SETTEMBRE 2026

Crotone, la Polizia di Stato celebra San Michele Arcangelo: «Custodi del bene comune senza mai perdere l'umanità»
29 SETTEMBRE 2026

Franca Ferraro lascia la Prefettura di Crotone: l'omaggio e il ringraziamento di Confartigianato
29 SETTEMBRE 2026

Calabria, Wanda Ferro alla Guardia di Finanza: focus su evasione, fondi pubblici e criminalità
29 SETTEMBRE 2026

Crotone, gli agricoltori non si fermano: secondo giorno di protesta a Passovecchio
29 SETTEMBRE 2026

[custom-facebook-feed feed=1]

Italia

Nasce con onfalocele gigante, neonata salvata dopo 5 interventi
12 NOVEMBRE 2025

Capsula 4D per la guarigione delle ulcere intestinali
12 NOVEMBRE 2025

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Rosati poi aggiunge: “Credo che sia un grande merito di Autogrill aver creduto in questa strategia di valorizzazione del Made in Italy, dando spazio ai consorzi di tutela e garantendo anche una continuità all’interno dei punti vendita di questi prodotti DOP e IGP, attraverso un progetto di lunga durata”.

“C’è sempre più bisogno di parlare di prodotti italiani e di avvicinarsi ai grandi distributori – prosegue – Il connubio tra agricoltura, agroalimentare e grandi player internazionali come Autogrill può fare solo bene all’Italia e alla nostra agricoltura”, conclude.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Seguici anche sul nostro canale

Telegram

ultimora

Articoli Correlati

Cinema, Letta (Medusa): "Presto un progetto molto molto siciliano"

Cultura, Santoro (Anci): "radiciculturali.it progetto importante"

Giochi: Saracino (Brightstar), 'a L’Aquila investimento molto importante'

Sport, Magnini: "Illumina progetto importante per far sognare ragazzi"

Sondrio, frana la montagna a Lanzada: macigno sulla strada
11 NOVEMBRE 2025

Mostre, Gli ‘asinelli’ di Francis James: omaggio di Curi a Palazzo Rhinoceros di Roma
11 NOVEMBRE 2025

Agli Uffizi arriva il ‘Mendicante Moro’ di Giacomo Ceruti
10 NOVEMBRE 2025

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

adnkronos.com
adnkronos
www.ecostampa.it

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

"Far conoscere queste eccellenze a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade" Piacenza è l´unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l´Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l´Aceto Balsamico di Modena Igp - a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c´è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all´Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all´incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l´ultimo panino della selezione Origini Edition´. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana. Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale, conclude l´assessore.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

affaritaliani.it
www.ecostampa.it

affaritaliani

Fondato nel 1996 da Angelo Maria Perrino
Direttore responsabile Marco Scotti

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

affaritaliani.it

www.ecostampa.it

Redazione Affaritaliani
29 Settembre 2026, 14:51

Seguici su
Google Discover
Fonti preferite

Leggi anche

-
  essere responsabilizzato
-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

affaritaliani.it

www.ecostampa.it

(Adnkronos) – "Piacenza è l'unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l'Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto", il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, "consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c'è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto". Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all'incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l'ultimo panino della selezione 'Origini Edition'. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione "un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale", conclude l'assessore.

gennaio

-
-

commerciale in cinque città

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27.3 C Comune di Arezzo Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREaretino.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA ECONOMIA SPORT CULTURA ED EVENTI
CANALI

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

COMUNE DI AREZZO
Cielo Sereno
27.3 C
29.3
27.3
34 % 0.6kmh 0 %
MAR 28° MER 27° GIO 25° VEN 25° SAB 24°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Piacenza è l’unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l’Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l’Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c’è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

—

economia

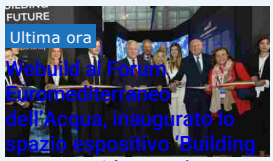
webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

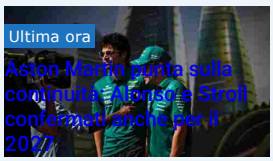
NOTIZIE CORRELATE

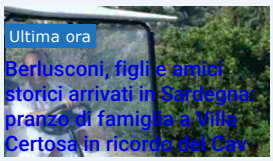

Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

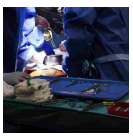
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy


Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

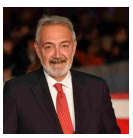
ULTIMI ARTICOLI


SALUTE E BENESSERE
Trapianti di rene da vivente e di polmone, dal Cnt due nuovi documenti per aumentare opportunità

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni ‘controllateli sempre’

DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”


SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27.5 C Grosseto

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREgrossetano.it
QUOTIDIANO ONLINE

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

GROSSETO
Poche Nuvole
27.5 C
27.5
27.5
48 % 1.9kmh 22 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
27°	28°	27°	27°	27°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Piacenza è l’unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l’Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l’Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c’è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

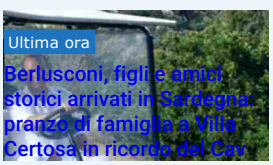
Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

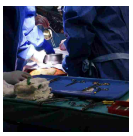
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

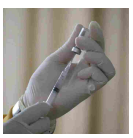
Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

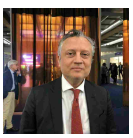

Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

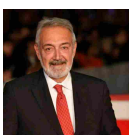
ULTIMI ARTICOLI


SALUTE E BENESSERE
Trapianti di rene da vivente e di polmone, dal Cnt due nuovi documenti per aumentare opportunità

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni ‘controllateli sempre’


DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”


SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”


SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERELIVORNESE.it
QUOTIDIANO ONLINE

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

Condividere

Meno di 1 ' di lettura

LIVORNO
Poche Nuvole

26.2 °C
26.8 °
25.5 °

60% 2.9m/s 21%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
27°	28°	24°	27°	25°

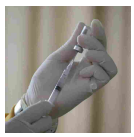
ULTIMI ARTICOLI

PRIMO PIANO

Spartaco Mencaroni ufficialmente nuovo direttore dell'ospedale di Livorno

SALUTE E BENESSERE

Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'



DALLA TOSCANA

Sanità, l'Ordine dei medici: "Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri"

SPORT NAZIONALE

Formula 1, Antonelli contro Russell: ennesimo duello a Sepang

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

(Adnkronos) – “Piacenza è l’unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l’Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l’Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c’è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS adnkronos ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

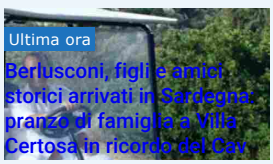
NOTIZIE CORRELATE

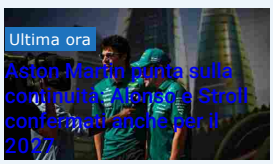
Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav


Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ultima ora

Ultima ora

Ultima ora

SPORT NAZIONALE
Morto a 32 anni Courtney Meppen-Walter, ex promessa del Manchester City e dell’Inghilterra

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

23 C Lucca
Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERELucchese.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA ECONOMIA SPORT CULTURA ED EVENTI
CANALI

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

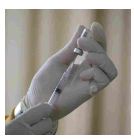
Condividere

LUCCA
Nubi Sparse
23 °C
23.4 °
21.4 °
42 % 1.8kmh 49 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
23°	24°	21°	23°	21°

ULTIMI ARTICOLI

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni 'controllateli sempre'


DALLA TOSCANA
Sanità, l'Ordine dei medici: "Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri"

SPORT
Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

SALUTE E BENESSERE

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Piacenza è l’unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l’Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l’Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c’è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS adnkronos ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

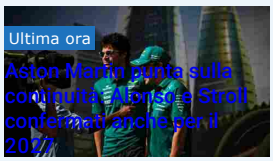
NOTIZIE CORRELATE

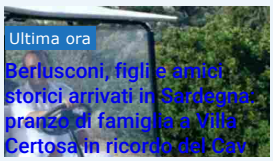
Ultima ora
Webuild al Forum Euro-mediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy


Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”

SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27 °C Comune di Massa

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIEREmassacarrarese.it
QUOTIDIANO ONLINE

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

Condividere

Meno di 1 ' di lettura

COMUNE DI MASSA
Nubi Sparse

27 °C
27°
25.3°

41 % 1kmh 60 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
27°	28°	23°	23°	23°

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

(Adnkronos) – “Piacenza è l’unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l’Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l’Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c’è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

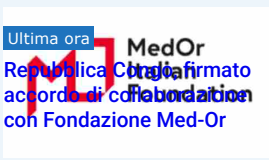
© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Energia, la Ue avverte: “Inverno sarà complicato, prezzi saranno molto alti”



Ultima ora
Repubblica Croazia firmato accordo di collaborazione con Fondazione Med-Or

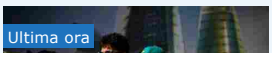
Ultima ora
Relax vista gol: Maen in spiaggia a Ostia e poi a Trigoria per l’allenamento

Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

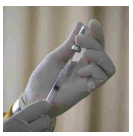
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora


Ultima ora

Ultima ora

ULTIMI ARTICOLI


DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”

PRIMO PIANO
Salta un’altra panchina in serie B: esonerato l’allenatore della Carrarese, Gabriele Cioffi

CULTURA ED EVENTI
Le note di Puccini entrano in corsia: la musica diventa cura all’ospedale di Massa

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: “Priorità dell’Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche”

SALUTE E BENESSERE
Report Egualia: “Per le imprese dei farmaci equivalenti ricavi a 6,8 miliardi ma frena la redditività”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

28.9 C Pisa Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERE pisano.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA ECONOMIA SPORT CULTURA ED EVENTI

CANALI

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

PISA
Nubi Sparse
28.9 C
30°
28°
36 % 4.6kmh 38 %

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
28°	29°	25°	26°	25°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Piacenza è l’unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l’Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l’Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c’è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

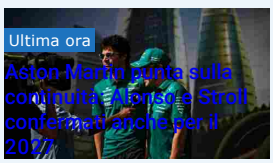
NOTIZIE CORRELATE

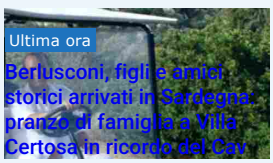
Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

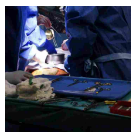
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy


Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

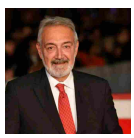
ULTIMI ARTICOLI


SALUTE E BENESSERE
Trapianti di rene da vivente e di polmone, dal Cnt due nuovi documenti per aumentare opportunità

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni ‘controllateli sempre’

DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”


SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

SEGUICI SUI SOCIAL

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

24.1 C Pistoia

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERE pistoiese.it
QUOTIDIANO ONLINE

CRONACA POLITICA SPORT ECONOMIA CULTURA ED EVENTI

CANALI

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

PISTOIA
Nubi Sparse

24.1 °C
25.5°
22°

42% 2.2m/s 34%

MAR	MER	GIO	VEN	SAB
24°	23°	19°	22°	20°

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Piacenza è l’unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l’Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l’Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c’è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027

Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

Ultima ora
Rosati (Qualivita): “Piacenza 1714 progetto molto importante”

Ultima ora
D’Alba (Avolta): “Lancio ‘Piacenza 1714' per progetto ‘Origini Edition’, valorizzare eccellenze”

ULTIMI ARTICOLI

DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”

PRIMO PIANO
Pistoia, arriva in visita istituzionale il sindaco di Gerico Salem Ghrouf

PRIMO PIANO
Pistoia, le attività di controllo della Polizia Locale nell’ultimo fine settimana

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: “Priorità dell’Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche”

SALUTE E BENESSERE
Report Egualia: “Per le imprese dei farmaci equivalenti ricavi a 6,8 miliardi ma frena la redditività”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

27.1 C Siena

Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERE senese.it
QUOTIDIANO ONLINE

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

ULTIMA ORA 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

SIENA
Nubi Sparse
27.1 C
27.1
27.1
37 % 0.3kmh 33 %
MAR 27° MER 28° GIO 26° VEN 27° SAB 26°

Condividere

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – “Piacenza è l’unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l’Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l’Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c’è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS ultimora

CITYCOMM INFORMATION MAKER

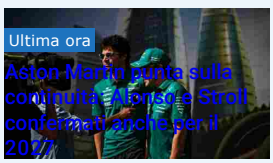
NOTIZIE CORRELATE

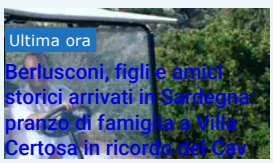
Ultima ora
Webuild al Forum Euromediterraneo dell’Acqua, inaugurato lo spazio espositivo ‘Building a Future with Water’

Ultima ora
Trovato morto in casa a Milano il vicedirettore di ‘Libero’ Andrea Tempestini

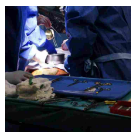
Ultima ora
Miart, Bozzetti: “Nuovo premio da 50 mila euro per gli artisti italiani”

Ultima ora
‘Piacenza 1714’, da Autogrill nuovo panino della linea porta in viaggio Dop e Igp Made in Italy

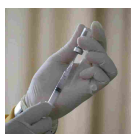

Ultima ora
Aston Martin punta sulla continuità: Alonso e Stroll confermati anche per il 2027


Ultima ora
Berlusconi, figli e amici storici arrivati in Sardegna: pranzo di famiglia a Villa Certosa in ricordo del Cav

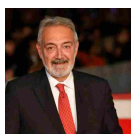
ULTIMI ARTICOLI


SALUTE E BENESSERE
Trapianti di rene da vivente e di polmone, dal Cnt due nuovi documenti per aumentare opportunità

SALUTE E BENESSERE
Alimenti: torna la raccolta di funghi, tossicologo Mannaioni ‘controllateli sempre’


DALLA TOSCANA
Sanità, l’Ordine dei medici: “Vaccinarsi è un atto di prevenzione e responsabilità verso se stessi e verso gli altri”

SALUTE E BENESSERE
Nisticò (Aifa): “Farmaci equivalenti leva per Ssn sostenibile e garanzia contro carenze”


SALUTE E BENESSERE
Rocca: “Rafforzare autonomia produttiva farmaceutica in Italia, Lazio in prima linea”

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

26.7 C Firenze
Martedì 29 Settembre 2026

CITYCOMM INFORMATION MAKER

CORRIERETOSCANO.it
QUOTIDIANO ONLINE

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

LAVORO 29 Settembre 2026 14:51

REDAZIONE

Meno di 1 ' di lettura

(Adnkronos) – "Piacenza è l'unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l'Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto

FIRENZE
Cielo Sereno
26.7 °C
27.8°
25.8°
46% 3m/s 8%
MAR 29° MER 28° GIO 26° VEN 26° SAB 26°

ULTIMI ARTICOLI

PRIMO PIANO
Salta un'altra panchina in serie B: esonerato l'allenatore della Carrarese, Gabriele Cioffi

SPORT
Campionato di società a Perugia: vittoria per gli Allievi della Virtus Lucca, decime le Allieve

LAVORO
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

CULTURA ED EVENTI
Le note di Puccini entrano in corsia: la musica diventa cura all'ospedale di Massa

SALUTE E BENESSERE
Várhelyi: "Priorità dell'Europa sono accesso, sicurezza forniture e capacità produttiva farmaceutiche"

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

piacere che questo progetto", il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, "consenta di far conoscere queste eccellenze – in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di Modena Igp – a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c'è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto". Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all'incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l'ultimo panino della selezione 'Origini Edition'. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione "un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale", conclude l'assessore.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

© Riproduzione riservata

TAGS Adnkronos lavoro

CITYCOMM INFORMATION MAKER

NOTIZIE CORRELATE

Lavoro
Rosati (Qualivita): "Piacenza 1714 progetto molto importante"

Lavoro
Fse+ e Piano Integrato Autoimpiego, oltre 5.300 domande di giovani che vogliono mettersi in proprio

Lavoro
Università, a studentessa Tor Vergata borsa studio 'Amazon Women in Innovation'

Lavoro
Food, Pizza Maxima 2026: trionfa ancora 'Pepe in Grani', miglior pizzeria d'Italia

Lavoro
Nardello (Comtel): "Ogni nuova tecnologia può essere rischio o opportunità"

Lavoro
Boschi (Spes Academy): "Corso Farmaco e Salute trasversale a tutte le professionalità"

Lavoro
Parenti (Commissione Ue): "Europa oggi ha ruolo molto più ampio, da prevenzione a sicurezza"

Lavoro
De Luca (Spes Academy): "La sovranità sanitaria resta sovranità della decisione"

Lavoro
Imprese, Petroni (UniEticpmi): "IA è anche questione di capitale umano"

SEGUICI SUI SOCIAL

VIDEO NEWS

VIDEO NEWS
A Milano l'evento di lancio dell'Osservatorio UniEticPMi sulle imprese nell'era Ai

VIDEO NEWS
Colf, badanti e baby sitter: quando va versata la contribuzione

VIDEO NEWS
Roma invasa dalle golf car, valanga di multe e patenti ritirate dopo i blitz dei carabinieri – Video

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

adv

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

martedì 29 settembre 2026, 14:51

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Piacenza è l'unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l'Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di Modena Igp - a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c'è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”.

adv

Sono le parole di Alessio Mammi, assessore

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmattino.it
IL MATTINO

www.ecostampa.it

all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all'incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l'ultimo panino della selezione 'Origini Edition'. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione "un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale", conclude l'assessore.

adv

IL MATTINO

© 2026 Il Mattino - C.F. 01136950639 - P. IVA 05317851003

CALTAGIRONE EDITORE | IL MESSAGGERO | CORRIERE ADRIATICO | IL GAZZETTINO | QUOTIDIANO DI PUGLIA | LEGGO | PUBBLICITÀ

Contatti Informazioni Legali Whistleblowing Privacy Policy Cookie Policy Preferenze cookie Dichiarazione riserva TDM

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

adv

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

martedì 29 settembre 2026, 14:51

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - "Piacenza è l'unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l'Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto", il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, "consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di Modena Igp - a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c'è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67

ilmessaggero.it
Il Messaggero
#CONDIVISODAL1878

www.ecostampa.it

Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all'Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all'incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l'ultimo panino della selezione 'Origini Edition'. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione "un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale", conclude l'assessore.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

IL TIRRENO.it

www.ecostampa.it

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

29 settembre 2026 14:57

1 MINUTI DI LETTURA

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Piacenza è l'unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l'Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di Modena Igp - a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c'è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”. Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana. Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

Non lasciare decidere l'algoritmo:
scegli Il Tirreno per le tue notizie su Google
CLICCA QUI

Primo piano

La ricostruzione
Incinta, massacrata di botte e minacciata di morte per mesi, si mette a piangere in strada a Pisa e riesce a salvarsi dal marito – Arrestato un 37enne
di Redazione web

Il dramma
Massa, invia un messaggio alla figlia: «Mi uccido» – Il racconto choc del salvataggio
di Redazione Massa

La tragedia
Pisa, trovato morto a 45 anni in bagno prima del colloquio di lavoro

Il racconto
Benzina e diesel, dove costano meno oggi in Toscana? La mappa coi prezzi aggiornati in tempo reale
di Claudia Guarino

Sviluppi
Livorno, Orti Urbani in via Goito: Frangerini apre alla trattativa – Come può cambiare il progetto
di Flavio Lombardi

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

152944-ITOQ67

leggo.it
LEGGO

www.ecostampa.it

adv

Autogrill, Mammi (Regione E.Romagna): "Bene panino Piacenza 1714"

Aggiungi ai preferiti
Discover
Condividi

Roma, 29 set. (Adnkronos/Labitalia) - “Piacenza è l'unica provincia italiana ad avere tre prodotti Dop, inserita in una regione, l'Emilia-Romagna, che vanta il più alto numero di prodotti Dop e Igp a livello europeo: in media ne abbiamo ben 46. Fa molto piacere che questo progetto”, il panino Piacenza 1714 lanciato da Autogrill, “consenta di far conoscere queste eccellenze - in particolar modo la Coppa Piacentina e l'Aceto Balsamico di Modena Igp - a tanti cittadini che viaggiano sulle autostrade. Abbiamo infatti bisogno di continuare a raccontare e spiegare che dietro questi prodotti c'è un grande patrimonio culturale fatto di storie e autenticità, oltre che di gusto”.

Sono le parole di Alessio Mammi, assessore all’Agricoltura e Agroalimentare della Regione Emilia-Romagna, all’incontro, svoltosi oggi a Piacenza, durante il quale è stato presentato l’ultimo panino della selezione ‘Origini Edition’. Un progetto continuativo attraverso il quale Autogrill, parte di Avolta, celebra i prodotti Dop e Igp, simbolo della qualità italiana.

Le due denominazioni agroalimentari rappresentano per la regione “un grande patrimonio economico, con 4 miliardi di euro di valore e decine di migliaia di posti di lavoro, ma soprattutto un grande patrimonio culturale”, conclude l’assessore.

Ultimo aggiornamento: martedì 29 settembre 2026, 14:51

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
152944-ITOQ67