GDOWEEK
IL SETTIMANALE ECONOMICO DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA E DELL'INDUSTRIA

Grandi Formaggi Dop fa cultura nell'alimentare

di Davide Bernieri

Dopo il successo dei Cooking Show di giugno con Carlo Cracco e Moreno Cedroni, continuano le iniziative con gli incontri dedicati a negozianti e operatori del settore alimentare

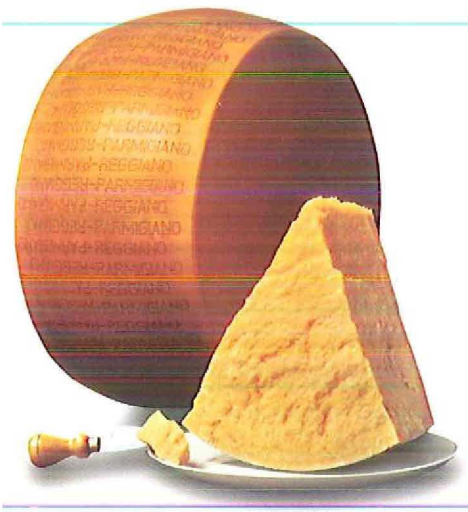
Un progetto per dare nuova visibilità ai formaggi Dop nazionali e parlare a un mercato in veloce e profondo cambiamento: i Consorzi di Tutela dei Formaggi Asiago, Gorgonzola, Mozzarella di Bufala Campana, Parmigiano Reggiano e Pecorino Sardo avviano un'operazione congiunta che coinvolge negozianti e operatori del settore alimentare, con l'obiettivo di dare loro gli strumenti per valorizzare il banco fresco alla luce delle ultime tendenze. Questo è il terzo step di una strategia 2014 già passata attraverso un concorso web di ricette e uno show cooking tenuto a giugno con due stelle di prima grandezza del firmamento degli chef italiani, Cedroni e Cracco, entrambi giocati sul binomio valoriale tradizione/innovazione, su cui da sempre ruotano le sorti del nostro agroalimentare.

Barriere abbattute

Proprio i grandi formaggi Dop rappresentano al meglio la sintesi di questa ambivalenza: frutto di una lunga tradizione, forti di un profondo attaccamento al proprio territorio d'origine in tema di savoir faire e, inevitabilmente, di aderenza alla cucina regionale, i grandi formaggi Dop si muovono con disinvoltura tra le richieste del consumatore in materia di salubrità, gusto, versatilità, sicurezza. Grazie alla loro identità sono immediatamente riconoscibili e divengono ambasciatori del loro territorio, delle sue specificità, della capacità di attrazione esercitata-target molteplici, secondo un flusso di informazioni che il web ha messo alla disposizione a tutti, in ogni momento. Abbattendo le tradizionali barriere tra canali (produzione, retail, ristorazione, turismo, cultura) e tra ruoli (consumatore, turista, home cooker, blogger).

Il banco formaggi comunica

In due incontri a Bologna (17 settembre) e Bari (24 settembre), organizzati da Grandi Formaggi Dop, negozianti e operatori si misureranno, quindi, con quest'innovazione spinta dai nuovi mezzi di comunicazione e dalle sue implicazioni rispetto alla "costruzione" di un banco formaggi che sappia trasmettere correttamente i valori di questo artigianato 2.0 e che sappia interfacciarsi con le tecnologie digitali per trasferire al cliente emozioni e suggestioni.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.