



Roma, 22 Marzo 2018

Aicig e Qualivita incontrano gli studenti degli istituti alberghieri per un confronto sulle produzioni di qualità

Il “Mio Panino DOP IGP” per formare i giovani chef del futuro

I Consorzi DOP IGP raccontano il valore dei prodotti DOP IGP per la ristorazione informale

Ricade nell'ambito del “2018 Anno del cibo italiano” l'ultima progettualità firmata da **Fondazione Qualivita**, **Aicig** e i **Consorzi di Tutela DOP IGP** italiani per valorizzare le eccellenze agroalimentari a qualità certificata nel settore della ristorazione e in particolare all'interno della “nuova ristorazione” – street food, ristorazione veloce, food delivery – che negli ultimi anni, soprattutto nei giovani e nei nuovi consumatori, rappresenta un successo dovuto essenzialmente a tre fattori: **qualità dei prodotti, creatività nelle ricette e capacità di comunicare**.

Un'iniziativa che mette a confronto i giovani chef - studenti degli istituti alberghieri - e il mondo della qualità agroalimentare dal titolo il “**Il Mio Panino DOP IGP**” e che segue altri progetti realizzati da Qualivita per promuovere le DOP IGP nel settore della ristorazione informale: la trasmissione Mediaset *Streetfood Hereoes*, la *Guida al miglior cibo di strada italiano* edita da Feltrinelli-Gribaudo, il portale tematico *CiboDiStrada.it*, il manuale *Nuova gastronomia e marketing digitale* oltre all'osservatorio di comunicazione digitale *Streetfood DOP*.

Oggi, 22 marzo, a Roma presso la sede della Fondazione Esclusiva, si è tenuto il primo incontro del progetto con gli studenti degli **Istituti Gioberti** e **Vespucci** che unisce alle testimonianze di successo dei Consorzi di tutela una gara di cucina per realizzare la migliore ricetta con i prodotti DOP e IGP secondo il celebre format televisivo della “Mystery Box”. Una nuova occasione per far conoscere da vicino alle nuove generazioni di ristoratori i veri prodotti italiani e per ascoltare dalla voce dei produttori le caratteristiche che rendono uniche queste eccellenze.

LE DICHIARAZIONI

Mauro Rosati, *Direttore Generale Fondazione Qualivita*

La Fondazione Qualivita è impegnata da diversi anni nella valorizzazione dei prodotti DOP IGP all'interno del canale della neo ristorazione perché crede che la qualità ed il racconto che a tali prodotti è legato siano l'elemento di forza di questo settore. La crescente frammentazione e diversificazione dell'offerta alimentare del fuori casa offre nuove opportunità per le eccellenze italiane del territorio, ma per coglierle appieno occorre un costante investimento sulla formazione dei ristoratori per un utilizzo appropriato nelle ricette e per una corretta informazione verso il consumatore. La neo ristorazione può diventare, specie nel mondo dei giovani, il vero hub culturale dell'enogastronomia italiana.

Mario Federico, *Amministratore Delegato di McDonald's*

“Collaboriamo ormai da tempo con il mondo delle DOP IGP e queste sinergie hanno raggiunto risultati che ritengo molto significativi. Negli ultimi 10 anni abbiamo acquistato 2.000 tonnellate di materie prime a marchio DOP IGP con le quali abbiamo raggiunto, attraverso i nostri ristoranti, oltre 58 milioni di persone. Per promuovere questi prodotti abbiamo investito 26 milioni di euro in pubblicità. Questo significa, da una parte, che il mondo delle indicazioni geografiche è assolutamente capace di dialogare, non solo con le nicchie, ma anche con aziende dai grandi volumi come McDonald's, e dall'altra che possiamo ritenerci un forte canale per la valorizzazione delle eccellenze del nostro territorio. McDonald's può davvero trasformare un'eccellenza per pochi, in un piacere per molti”.

Fondazione Qualivita
Via Fontebranda 69 – 53100 Siena
+39 0577 1503049
info@qualivita.it
qualivita.it - qualigeo.eu





Leo Bertozzi, Direttore AICIG (Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche)

“I prodotti DOP ed IGP sono stati parte integrante dell'alimentazione e della cucina delle varie regioni italiane. I moderni stili di vita e le nuove abitudini, hanno reso meno evidente il legame fra prodotto e consumatore, ma offrono anche nuove possibilità d'uso e di consumo per i prodotti tradizionali. La creazione di un nuovo panino, innovativo e pertanto anche inabituale, dimostra come DOP ed IGP siano in grado di adeguarsi ai tempi e ai modi d'uso, ed è fondamentale che i futuri chef siano consapevoli del loro valore sociale ed economico e per il loro aspetto inimitabile che li rende unici”.

Federico Desimoni, Direttore Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena

“La presenza di prodotti DOP e IGP nel progetto è interessante e deve far riflettere. In questo modo, infatti, le produzioni di qualità escono da recinti aprendosi a nuovi segmenti di mercato e target, e poi, con l'apporto dei nostri prodotti innalziamo la qualità delle ricette e dei prodotti composti che fanno questa scelta. Inoltre, questo progetto particolare presenta un'altra importante novità: il coinvolgimento delle giovani generazioni, apre un canale di comunicazione e di possibili approfondimenti e li coinvolge attivamente mettendo in gioco la loro creatività e capacità immaginifica”.

Stefano Mengoli, Presidente Consorzio Tutela Vitellone Bianco dell'Appennino centrale

“Il nostro plauso a questa iniziativa che rinnova l'opportunità di conoscere l'eccellenza della qualità delle produzioni italiane all'interno del settore ristorazione, così come lo è stato negli anni passati per la carne IGP Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale. La campagna Mcltaly di McDonald's, ad esempio, grazie all'uso, negli anni, di carne certificata IGP (Chianina, Marchigiana e Romagnola) ha sicuramente aumentato l'interesse e la sensibilità del consumatore e degli operatori del settore verso questo prodotto e il successo ottenuto da questa iniziativa è stata, inoltre, la dimostrazione che l'utilizzo di materie prime di alta qualità è sempre premiante anche nella realizzazione di prodotti trasformati e lavorati”.

Vittorio Emanuele Pisani, Direttore del Consorzio Tutela Provolone Valpadana

“Le garanzie offerte dai prodotti a Indicazioni geografica sono elementi qualificanti e di grande importanza che determinano, con una certa continuità, una sempre maggior collaborazione tra i produttori e il mondo della ristorazione. In particolare, l'abbinamento - che riteniamo riuscito - tra la tradizione nazionale e il fast food, anche di matrice straniera, rappresenta un esempio virtuoso di come si possano far convivere realtà apparentemente distanti, ma con il medesimo obiettivo: la qualità dei prodotti offerti”.

Giuseppe Laria, Presidente Consorzio Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP

“Negli ultimi tempi la Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP è soggetta ad un impiego interessante e innovativo in particolare nella ristorazione di pronto consumo, che oggi più che mai trova massima attenzione alla qualità delle produzioni agroalimentari. Proprio per questo motivo il nostro Consorzio sta investendo, in comunicazione e marketing, sul settore della trasformazione al fine di soddisfare questo nuovo pubblico che, diversamente dal passato, si sta dimostrando particolarmente interessato a qualità e valore organolettico. Non solo genuinità quindi, ma anche caratteristiche qualitative per essere declinata secondo una miriade di ricette e ingredienti”.

Ufficio Stampa

Geronimo Nerli +39 339 4835634

Elena Conti +39 338 7437102

Marzia Morganti Tempestini +39 335 6130800

#ilmiopaninodopigp

Facebook @fqualivita

Twitter @fqualivita

Instagram @fqualivita

Fondazione Qualivita

Via Fontebranda 69 - 53100 Siena

+39 0577 1503049

info@qualivita.it

qualivita.it - qualigeo.eu

