

# Emilia Romagna. Viaggio nella Food Valley: tra città d'arte ed eccellenze enogastronomiche

scritto da Tiziano Argazzi | 30/03/2022



**Progetto pilota per valorizzare i prodotti regionali Dop e Igp in ristoranti e alberghi delle Città d'Arte e della riviera emiliano romagnola. Partenza a Pasqua con 420 attività. Partner Apt Servizi e Gruppo Marr. Il presidente dell'Emilia Romagna Bonaccini e l'assessore all'agricoltura Mammi: «Anche dietro a questo progetto l'idea vincente di lavorare insieme: produttori, aziende agroalimentari, ristoratori e albergatori»**



Vacanze, città d'arte, riviera, ma anche prodotti tipici, itinerari del gusto e cibo di qualità. L'Emilia-Romagna si prepara al post covid e in occasione della Pasqua, oramai imminente, lancia la **campagna di comunicazione** per far conoscere e promuovere i **prodotti Dop e Igp emiliano romagnoli**, tra gestori e clienti di **alberghi e ristoranti delle città d'arte e della riviera**. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con Marr, società leader in Italia nella distribuzione di prodotti alimentari, e Apt Servizi Emilia-Romagna.

## Emilia Romagna: la regione con più prodotti a marchio Dop ed Igp

La cucina del territorio è tra le migliori e più note, e la ragione sta indubbiamente nella grande concentrazione di prodotti **Dop** (Denominazione di origine protetta) e **Igp** (Indicazione geografica protetta). C'è quasi da perdere la testa, tra salumi, formaggi, pasta all'uovo e prodotti della terra, la cucina di questo territorio raggiunge alcune delle vette più alte della cultura gastronomica italiana.

In totale sono **44** le produzioni regionali già in possesso della certificazione europea a cui si aggiungono **30** vini a denominazione d'origine. Sono prodotti inimitabili per una caratteristica che riguarda il valore dell'appartenenza: il loro legame con il territorio.

Alcuni di questi, come il **Parmigiano-Reggiano**, il **Prosciutto di Parma** l'**Aceto balsamico** o il **Culatello** sono conosciuti in tutto il mondo, altri sono più di nicchia ma altrettanto significativi.

Il viaggio nella Food Valley inizia proprio da qui, con l'obiettivo di far conoscere l'intero territorio e le sue attrattive, a partire dalle specialità gastronomiche e da chi le lavora e le porta in tavola.

Per l'elenco delle referenze Dop ed Igp, con le loro caratteristiche e la zona di produzione, basta

clickare su **Prodotti Dop ed Igp in Emilia Romagna** ([emiliaromagnaturismo.it](http://emiliaromagnaturismo.it)).

## **La campagna di promozione: dall'accoglienza negli hotel alla tavola**

In questa fase pilota le strutture coinvolte sono **420**, di cui **70** ristoranti e **350** alberghi con ristorazione. Le aziende sono state selezionate dal partner **Marr** sulla base dell'utilizzo nei loro menù dei prodotti Dop e Igp, della vocazione a una clientela turistica, oltre che della partecipazione alle iniziative di promozione delle specialità agroalimentari locali e ai progetti di food-in-tour con Apt Servizi Emilia-Romagna.

I ristoranti selezionati, posizionati nelle città d'arte e lungo l'intera riviera romagnola hanno a disposizione materiali come le **cartoline di benvenuto** e **tovaglette posto tavola**. Gli alberghi con ristorante, invece, punteranno sulle mappe dei principali siti di interesse e monumenti delle città capoluogo dell'Emilia-Romagna che riportano sul retro la grafica del progetto.

Tutti i materiali hanno un **QR code** che consente di iscriversi alla newsletter Food Valley News e di accedere alla **landing page** del progetto "**[DOP e IGP: nati qui, apprezzati in tutto il mondo](#)**".

## **Un viaggio virtuale nel meglio del food & wine regionale**

Dopo essere entrati nella pagina web si può iniziare un vero e proprio viaggio, virtuale, nella **Food Valley**, scegliendo tra due versioni: italiana e inglese.

Inoltre, iscrivendosi alla newsletter si ha modo di rimanere aggiornati sull'enogastronomia regionale, conoscere segreti, ricette e particolarità dei prodotti Dop, Igp, tradizionali e biologici, trovare idee di viaggio, appuntamenti legati ai percorsi enogastronomici ma non solo, scoprire curiosità e news.

Infine, in collaborazione con gli chef di **Marr Academy**, saranno realizzati alcuni video promossi sui canali social di ricette preparate utilizzando una quota significativa delle denominazioni protette (Dop/Igp) e di prodotti biologici regionali. Per ciascuna ricetta è previsto l'abbinamento con un vino regionale a base di vitigni autoctoni, che sarà presentato e raccontato da un sommelier dell'Associazione Sommelier Emilia e Romagna.

## **Il progetto sul web**

Si parte con un video che vede l'attore Paolo Cevoli testimonial dei 44 prodotti Dop/Igp dell'Emilia-Romagna, per proseguire in sei mercoledì fino al prossimo 4 maggio con la pubblicazione nei canali social dell'Emilia Romagna - **Facebook** e **You Tube** - di altrettante videoricette realizzate dallo Chef Sergio Ferrarini con protagonisti i prodotti Dop/Igp in abbinamento ai vini Doc regionali.

## **Bonaccini e Mammi: lavorare assieme per il rilancio del comparto**

«Anche in questo progetto c'è l'idea di lavorare insieme. - **ha affermato il presidente della regione Emilia Romagna Stefano Bonaccini**- I produttori, le aziende agroalimentari, la distribuzione, fino ai ristoratori e agli albergatori: una partita con diversi attori per far crescere il settore delle produzioni Dop e Igp, fondamentale nel nostro sistema agroalimentare, allargando la platea e il loro spazio di mercato. La scelta di un partner privato con una forte capacità di penetrazione del mercato va proprio in questa direzione».

L'assessore regionale all'Agricoltura, **Alessio Mammi**, ha spiegato come l'idea sia quella di portare i prodotti di qualità del sistema Dop e Igp dell'Emilia-Romagna nel cuore della ristorazione e dell'accoglienza.

«Per fare questo - dice - abbiamo il piacere di collaborare con un partner fortemente rappresentativo nei confronti del mercato e dei servizi di ospitalità e ristorazione. In questo modo, si favorisce la scoperta di prodotti anche meno noti e si rafforza anche su questo versante l'attrattività della regione».

## **I Partner del progetto**

I partner del progetto sono **Apt Servizi Emilia-Romagna** e **Marr**, società leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione di prodotti alimentari agli operatori della ristorazione. Tale importante azienda ha risposto alla manifestazione di interesse lanciata dalla Regione per individuare operatori economici del canale Ho.re.ca (i servizi di ospitalità e ristorazione), disponibili a partecipare ad attività di comunicazione riguardanti i prodotti agroalimentari regionali a qualità regolamentata **Dop, Igp** ma anche a **marchio Pat (Prodotti agroalimentari tradizionali), Qc (Qualità controllata) o bio**.

## **Le conclusioni del presidente Bonaccini**

«Il turismo in Emilia-Romagna - **ha chiuso il presidente Bonaccini** - si arricchisce ogni volta di nuovi strumenti per fidelizzare una clientela che sempre più cerca stimoli, novità, turismo intelligente e nuove esperienze. Ripartiamo dopo i durissimi mesi della pandemia e in un momento estremamente difficile per la situazione internazionale e la guerra in Ucraina, con un'azione di promozione reciproca che sostenga agricoltura e turismo».