

L'intesa

Nasce Mantua Food e punta agli Usa

cuore agli americani».

Contro l'italian sounding

Ad affiancare Perini anche i due portabandiera delle Dop mantovane, Stefano Pezzini della latteria San Pietro per il Grana Padano, Mauro Zilocchi dell'azienda Bertoletta di Pegognaga per il Parmigiano Reggiano, che hanno sottolineato le qualità della filiera di produzione. Eccellenze che vogliono soppiantare i prodotti cosiddetti "italian sounding" ovvero a imitazione delle nostre eccellenze. Quali palati negli States saranno in grado di cogliere e apprezzare le differenze? «I ristoratori di Chicago sanno che chiedo un assaggio del formaggio prima che venga messo sulla pasta: la mia è una guerra per dire no ai formaggi economici e gli italo-americani conoscono bene le differenze» assicura Allegri, che ha vent'anni di esperienza nella promozione turistica. L'iniziativa è stata apprezzata anche dall'assessore regionale all'agricoltura Alessandro Beduschi.

• Il presidente della fondazione americana Niaf: pronto a sostenere il nuovo brand per promuovere le vostre eccellenze

GLORIA DEVINCENZI

«Mantova può diventare la nuova Puglia: negli Usa era sconosciuta, ora è diventata di moda». Con queste parole ieri, a Grazie di Curtatone, Robert Allegri, presidente Niaf, la fondazione che unisce venti milioni di italo-americani negli States, ha suggellato un'intesa che nel tempo si propone di portare Mantova sulla ribalta delle terre a stelle e strisce.

Food e cultura

"Mantua food", sottotitolo in inglese "La nostra terra, cuore delle eccellenze italiane" è il nuovo brand presentato ieri a Grazie di Curtatone su proposta di Confcooperative e Provincia di Mantova. E la partenza vede riunite le due Dop di maggiore pregio: Grana Padano e Parmigiano Reggiano. «Partiamo da questi due gioielli per promuovere tutto il territorio in un brand

unico che con coraggio Confcooperative si avvia a lanciare» spiega il presidente della Provincia Carlo Bottani, promotore dell'iniziativa, che definisce «storica» la giornata di ieri e sottolinea di confidare nei venti milioni di «amici italiani di oltreoceano del Niaf, grande ammiraglia dello spirito italiano in Usa». Dal palco della presentazione, allestito in una tenso-

struttura sul prato del santuario, il presidente di Confcooperative Fabio Perini, cento associati, un volume di affari che riserva al comparto del food un ruolo di spicco nell'economia virgiliana, precisa: «Partiamo dal cheese con le nostre due dop perché qui sanno correre insieme e questo brand cerca di unire le differenze. Ma si allargherà ad altre eccellenze,

alla cultura e al territorio. Ci vorrà tempo, ora ragioneremo in concreto su come dare corpo a questo progetto». Un'idea la lancia proprio Allegri, che dopo aver siglato un accordo con il Consorzio Parmigiano Reggiano, è pronto a fare altrettanto con "Mantua food": «Sarà necessario trovare influencer per condividere questo progetto sui nostri social media, che

hanno 400mila followers che potranno diventare ambasciatori del prodotto italiano». E aggiunge: «Serve un buon lancio di pubblicità con approccio completo di città della sostenibilità e del benessere, temi che stanno a



La presentazione L'intervento di Bottani al lancio del nuovo brand con il presidente di Niaf Robert Allegri. FOTO NICOLA SACCANI

Si parte con i formaggi Dop

Iniziativa a Grazie voluta da Confcooperative e Provincia: si parte con le Dop Grana Padano e Parmigiano Reggiano

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

