

Il progetto

Si parte con due mete classiche del turismo nel periodo pasquale, Riviera e città d'arte, con l'obiettivo di diffondere in tutta la regione le azioni di comunicazione e di coinvolgimento, dalle preparazioni in cucina fino al servizio in tavola, su qualità gastronomica e tradizione.

Basterà **inquadrare il QR code** di cartoline e altri materiali proposti da ristoratori e albergatori per entrare nel progetto **Food Valley** e trovare nelle versioni italiano e inglese, informazioni sui prodotti, ricette sia della tradizione che rivisitate dagli chef della Marr Academy, idee di viaggio e appuntamenti. Parte integrante del progetto è la **newsletter** Food Valley News con aggiornamenti sui prodotti regionali di qualità, ricette, appuntamenti, eventi enogastronomici o idee vacanza.

La campagna prevede anche i canali social con **video-ricette** sempre con prodotti Dop e Igp degli chef della Marr Academy.

L'obiettivo è di sostenere e migliorare, nel settore Ho.re.ca. e presso i clienti, la considerazione dell'universo di tipicità che sta dietro ogni prodotto, aumentando la conoscenza e consapevolezza del loro valore aggiunto in termini di qualità e valorizzandoli nei menù regionali proposti ai clienti e turisti.

Un legame, quello tra prodotti della terra e turismo sempre più stretto lungo la via Emilia. Una regione forte dei suoi **44 prodotti a marchio Dop e Igp** in ambito **agroalimentare** e **30 a denominazione d'origine** in quello **vitivinicolo**, un patrimonio che da solo vale **oltre 3,5 miliardi di euro** l'anno. A questi vanno poi aggiunti i **398 prodotti agroalimentari tradizionali**.

Per il **prossimo 8 aprile a Rimini** è previsto un appuntamento con rappresentanti del mondo della ristorazione e dell'ospitalità per presentare il progetto.

I video presentati in conferenza stampa

Link al video di Paolo Cevoli

<https://wetransfer.com/downloads/453122f5fb2dbe8189bb57710aaf355020220324155031/fc4cb7f23aed971be2b8e1c595df2ae320220324155154/031d97>

Le ricette dalla Marr Academy, versione 40 ‘ ‘ <https://vimeo.com/690984350>
password: brightsrl

Il progetto sul web

La promozione del progetto sul web prevede la pubblicazione sui canali social in EmiliaRomagna Facebook <https://www.facebook.com/EmiliaRomagnaTourism.IT> e YouTube <https://www.youtube.com/user/turismoER> - di una serie di contenuti video a tema.

Si parte con un video che vede l'attore Paolo Cevoli testimonial dei 44 prodotti Dop/Igp dell'Emilia-Romagna, per proseguire nei sei mercoledì successivi (dal 25 marzo al 4 maggio 2022) con la pubblicazione di altrettante videoricette realizzate dallo Chef Sergio Ferrarini con protagonisti i prodotti Dop/Igp in abbinamento ai vini Doc regionali.

Parallelamente, dal 25 marzo fino al 17 aprile, saranno attive su Facebook e Instagram due campagne di promozione della landing page di progetto <https://emiliaromagnaturismo.it/it/food-valley/dop-igp-nati-qui-apprezzati-in-tutto-il-mondo> rivolte a un pubblico interessato alla tematica culinaria, al mangiare sano e all'enogastronomia Made in Italy.

