

LE ECCELLENZE EUROPEE SBARCANO A NAPOLI: LA CAMPAGNA EUROFOODART ARRIVA NELLA CITTÀ PARTENOPEA OSPITE DI LES TOQUES BLANCHES D'HONNEUR

I marchi di qualità DOP e IGP europei saranno i protagonisti grazie alle attività presenti all'evento dedicato al settore B2B e in svolgimento a Napoli tra il 15 e il 16 novembre

Milano, 11 novembre 2021 - La campagna di comunicazione dell'Unione Europea focalizzata sul promuovere l'alta qualità agroalimentare che questo territorio offre finalmente arriva a Napoli. Infatti, un desk dell'EuroFoodArt sarà presente per tutta la durata dell'evento **Les Toques Blanches d'Honneur**, una due giorni (**15 e 16 novembre 2021**) pensata e organizzata per coinvolgere direttamente gli operatori del settore culinario. Nello specifico, il pubblico presente potrà degustare nello stand preposto le eccellenze che EuroFoodArt racconterà per tutta la durata della campagna. Oltre al **desk**, EuroFoodArt porterà avanti la sua attività promotrice anche attraverso una serie di **workshop** focalizzati proprio sull'incontro e approfondimento di prodotti a marchio DOP e IGP come il **Prosciutto di Carpegna DOP**, le prugne provenienti dalla Francia **Pruneaux d'Agen IGP** e i **prodotti originari dalla nota regione belga della Wallonia**. A chiudere la giornata del 15 novembre sarà una **cena di gala** presso Palazzo Caracciolo a cura della Squadra Nazionale APCI Chef Italia. Anche in questa occasione, gli ospiti potranno degustare i sapori unici e pienamente rappresentativi dei vari territori d'origine, resi ineguagliabili grazie alla storia, alla tradizione e alla dedizione per ottenerli.

La campagna di comunicazione europea, che avrà una durata triennale (2021-2023), prevederà la realizzazione di diverse **attività** in Francia, Italia e Belgio, i tre Paesi coinvolti, tutti con l'obiettivo di coinvolgere il consumatore in un vero e proprio "tour" del "**museo del gusto europeo**". In Italia in particolare saranno organizzati eventi promozionali in alcuni punti vendita specializzati, verrà creato un sito web dedicato volto a veicolare contenuti informativi e approfondimenti, saranno coinvolti noti influencer che accompagneranno il consumatore nella realizzazione di ricette ad hoc veicolate tramite i canali social e molto altro ancora.

Lo stand e le iniziative presenti a Les Toques Blanches d'Honneur a Napoli sono una tappa fondamentale di un viaggio attraverso la storia e l'impegno che stanno dietro a produzioni tipiche e uniche nel loro genere, delle vere e proprie forme d'arte.

A PROPOSITO DEI BENEFICIARI DELLA CAMPAGNA

Il Bureau national Interprofessionnel du Pruneau riunisce e rappresenta tutti i produttori francesi di pruneaux d'Agen ed i lavoratori della sua filiera. Il BIP fornisce anche un monitoraggio scientifico e tecnico al fine di promuovere la qualità del prodotto e sviluppare la sua immagine e reputazione in Francia e all'estero. Questa organizzazione è finanziata dai contributi volontari raccolti dagli attori coinvolti a monte e a valle del settore.

Il Consorzio Prosciutto di Carpegna è un'associazione italiana che si propone di preservare e controllare il processo di produzione del prosciutto crudo di Carpegna. Nato nel 2015, ha lo scopo di tutelare e valorizzare il Prosciutto di Carpegna DOP in termini di valori, caratteristiche, stagionatura e metodi di produzione che gli hanno permesso di ottenere la DOP (Denominazione di Origine Protetta) nel 1996.

L'APAQ-West è un'organizzazione della regione della Wallonia le cui principali missioni sono far conoscere l'agricoltura ed i prodotti locali, nonché valorizzare i lavoratori della filiera di produzione, il loro know-how e la qualità dei prodotti. Questo organismo appartiene al settore agroalimentare dal 2003 e il suo organo di supervisione è il ministero vallone dell'agricoltura.

Ufficio stampa campagna *L'eccellenza europea è una forma d'arte*

Sopexa Italia -Tel. 02.86.37.41 - ufficiostampa@sopexa.com