



COMUNICATO STAMPA

Con il progetto Nice to Eat-EU il formaggio bellunese debutta al Festival Letteratura 2020

VERSANTI DI GUSTO. IL PIAVE DOP RACCONTA LE SUE MONTAGNE

Presentato in anteprima a Mantova il suggestivo racconto fotografico in 12 scatti d'autore con cui la denominazione si presenta al grande pubblico internazionale

Mantova, 10 settembre 2020 – L'anima più autentica delle Dolomiti bellunesi si riflette in un prodotto unico, il **Piave DOP**, che oggi celebra la sua terra e i suoi protagonisti con il reportage **"Versanti di gusto"**, presentato in anteprima al Festival Letteratura di Mantova.

Interprete della nuova campagna di comunicazione, nata nell'ambito dell'**innovativo progetto di promozione Nice to Eat EU**, è **Paolo Castiglioni**, **food photographer fra i più accreditati in Italia** e profondo osservatore del Piave DOP. Il suo racconto è il frutto di un percorso di studio e di personale interpretazione, dove il territorio e il prodotto dialogano senza soluzione di continuità, giocando sulle reciproche sovrapposizioni di significati e di valori. Le Dolomiti, con le loro successioni di rocce stratificate, gli altopiani estesi, i corsi d'acqua, i boschi che contornano prati e alpeggi; montagne dall'aspetto maestoso e magnetico, frutto di incessanti mutazioni, un processo geologico durato milioni di anni, necessario per ottenere la magia che ritroviamo oggi davanti ai nostri occhi. E il Piave DOP, intrinsecamente legato al suo territorio, di cui riflette l'unicità e la complessità. Nei suoi aromi si ritrovano e si fondono gli elementi che contraddistinguono queste montagne e la loro storia, in un prodotto antico, frutto del sapere storico e artigiano dei casari locali, in continua evoluzione, fino al gusto contemporaneo che milioni di consumatori apprezzano e che gli è valso i più prestigiosi riconoscimenti internazionali.

*"Siamo molto soddisfatti di questo reportage che racconta il nostro prodotto e il nostro territorio in maniera sincera, intima e innovativa - , commenta **Chiara Brandalise, Direttrice del Consorzio di Tutela** - . Abbiamo scelto Paolo per la sua capacità di mettere in rilievo i diversi elementi che connotano il nostro formaggio e trasmetterne l'autenticità e la qualità. Il progetto Nice to Eat -EU nasce con l'obiettivo ambizioso di promuovere un cambiamento culturale, un'operazione di comunicazione per modificare il modo in cui i prodotti DOP si raccontano e vengono percepiti".*

Finalità condivise da **Patrizio Roversi**, viaggiatore professionista, giornalista, scrittore e conduttore che agli elementi etnografici e di antropologia culturale legati al cibo e ai luoghi ha dedicato gran parte della sua professione. *"Si sa da sempre che c'è un Piave che "mormora". Ma c'è anche un altro Piave, che invece parla, e parla chiaro. Parla di sapore, di relazioni con un territorio, di storia. Dice "pane al pane e vino al vino" (peraltro va molto d'accordo sia col pane che col vino): parla anche di economia, di risorse, di futuro, di opportunità di lavoro e di valori culturali. Parla persino di letteratura, dentro ad un Festival di libri. Se volete sentirlo parlare venite a Mantova!"*. Al Festival Letteratura il progetto Nice to Eat-EU è infatti protagonista di altri due momenti: uno **spazio permanente in Piazza Sordello**, aperto al pubblico, dove è possibile degustare il prodotto e approfondirne la conoscenza mentre Domenica 13 settembre sarà **sponsor dell'evento "Rocco e i suoi fardelli" con Antonio Manzini e Lella Costa**, un incontro con l'autore incentrato sulle vicende del vicequestore più amato dagli appassionati di letteratura gialla nostrana, Rocco Schiavone.





Alla presentazione di questa mattina è intervenuto anche **Alberto Marcomini**, uno dei maggiori esperti italiani in prodotti lattiero caseari, noto come il 'guru' del formaggio: ne conosce i segreti, le forme, i metodi di produzione, il momento per la giusta rottura di cagliata e i sistemi di taglio, tanto da essere considerato un vero maestro dell'arte casearia. *"Superbe montagne, popolo profondamente legato alla propria terra, antiche coltivazioni di mais, patate, fagioli, pascoli incontaminati, e al centro di questo universo incontrastato il Re dei formaggi bellunesi, il Piave DOP. Raro esempio di tradizione contadina e innovazione moderna. Una bella storia italiana!"*

Nice to Eat-EU, promosso dal Consorzio per la Tutela Formaggio Piave DOP e co-finanziato dall'Unione Europea intende **far conoscere al grande pubblico il valore del marchio DOP**, di cui il Piave è testimonial d'eccezione. Per riuscirci, il progetto ha deciso di **puntare su linguaggi mutevoli e versatili**, in base ai target ai quali si rivolgono: **storytelling e photo shooting** per il consumatore evoluto, alla ricerca di qualità ma subissato di messaggi, che vuole essere stupito. Lo scorso anno, la campagna fotografica dedicata a raccontare il lato più glamour e sartoriale di questo prodotto, si è guadagnata la ribalta della Vogue for Milano, evento clou della capitale della moda. Ma Nice to Eat EU ha dato vita anche a un **supereroe, Captain Piave, per parlare ai bambini. Con un video e un videogioco (fakehunters.nicetoeat.eu) che hanno già totalizzato decine di migliaia di visualizzazioni, il difensore delle DOP è protagonista nel 2020 anche di un concorso rivolto agli alunni delle scuole primarie (le iscrizioni sono aperte, tutte le info sul sito www.nicetoeat.eu).** E ancora **video (con un canale YouTube dedicato), una webapp di Realtà Aumentata, la presenza a importanti eventi internazionali, una collaborazione strutturata con i food blogger e tanto digital**, per essere incisivo con una comunicazione multicanale e portare il messaggio davvero ovunque.

La Campagna triennale è co-finanziata dall'Unione Europea nel contesto dei programmi n. 1144/2014, rivolti ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli dell'UE realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi. Scopo del progetto informativo e promozionale, che vede protagonista il Formaggio Piave DOP, è rafforzare in Italia, Germania e Austria la consapevolezza e il riconoscimento, e di conseguenza aumentare la competitività e il consumo, delle produzioni e dei marchi di qualità europei di cui il formaggio bellunese si fa veicolo, sul piano della sicurezza degli alimenti, della tracciabilità, della tradizione, dell'autenticità, degli aspetti nutrizionali e sanitari.

In calendario, a partire dal lancio nel maggio 2018 e per un intero triennio, un ricco programma di iniziative rivolte a grandi e bambini. Ognuna delle tre annualità è caratterizzata da un "mood" strategico e specifico: "Glamour & Eccellenza" (2019-2020), "Natura & Territorio" (2020-2021) e "Qualità & Gusto" (2021-2022).

www.nicetoeat.eu

Facebook: NiceToEatEU

Instagram: nice_to_eateu

Ufficio stampa

Blancdenoir Comunicazione

Piazza Matteotti 25 – Galleria Barchetta

Desenzano del Garda (BS) Italy

+39 030 7741535

stampa@blancdenoir.it

