Chef Express (Cremonini) e Coldiretti premiano i foodblogger

cuoca-543cec76

Un italiano su quattro (25%) partecipa a community/blog/chat in internet centrate sul cibo che è l'argomento più seguito in rete dove addirittura il 30% posta foto dei piatti serviti al ristorante o preparati in cucina e, tra questi, il 19% lo fa qualche volta, il 9% spesso ed il 2% regolarmente. È quanto emerge da una indagine Coldiretti/Ixe' che testimonia il valore della cultura del cibo che si è affermata come momento di socializzazione anche sul web. Proprio in considerazione di questo interesse Chef Express, catena del gruppo Cremonini, Fdai (Firmato dagli Agricoltori Italiani) Campagna Amica e Coldiretti hanno premiato presso il punto di vendita autostradale San Martino Ovest (carreggiata Sud) 3 foodblogger che hanno partecipato a un contest di cucina collegato alle attività del gruppo della ristorazione che viaggia, con lo Chef Valbuzzi. Nell'occasione - informa Coldiretti - si è tenuto uno showcooking animato dallo Chef Roberto Valbuzzi per il lancio del nuovo menu inverno dei ristoranti "Gusto" di Chef Express. Nel corso dell'evento autostradale sono stati esposti i prodotti Fdai-Campagna Amica e si è svolta una degustazione del parmigiano reggiano vacche brune dell'azienda agricola Sangonelli Antonio & Delbono Gabriella.

L'iniziativa - informa Coldiretti - rientra nell'ambito dell'accordo fra Coldiretti e Chef Express che ha scelto di puntare sui prodotti del territorio garantiti dal marchio Fdai Campagna Amica consentendo la nascita di oasi degli agricoltori nelle aree di servizio lungo le autostrade con oltre 130 aziende coinvolte. L'idea centrale del nuovo concept è di creare uno spazio libero di vendita senza dover seguire un percorso forzato verso l'uscita, come avviene attualmente in quasi tutti i market autostradali. Il nuovo formato di market - precisa Coldiretti - è in fase di graduale estensione alle altre aree di servizio gestiste da Chef Express sulla rete di Autostrade per l'Italia: entro il 2017 ne saranno aperti 15, per arrivare a un totale di 21. La presenza dei prodotti a marchio valoriale Fdai (Firmato dagli agricoltori italiani) – continua Coldiretti - assicura l'italianità al 100% del prodotto, il rispetto della sostenibilità ambientale e sociale dei processi di produzione e l'equa ripartizione dei valori dal campo allo scaffale, ma anche un legame imprescindibile con il territorio che solo l'agricoltura può offrire. Si

tratta - conclude Coldiretti - di una esperienza che lega il prodotto offerto negli Chef Store all’ambiente che lo circonda, con la possibilità per chi acquista di contribuire a salvaguardare le tradizioni culturali e colturali della regione che attraversa.