BlogVille Italy 2018: il food protagonista in Emilia Romagna

In avvio oggi, e fino al 5 novembre, la prima edizione autunnale di BlogVille, progetto di promozione digitale lanciato dall'Azienda di Promozione Turistica dell'Emilia Romagna a partire dal 2012.
Dopo una prima fase estiva, **BlogVille 2018** prosegue con l'arrivo dell'autunno affidando a cinque top blogger internazionali il racconto digitale dell'identità regionale attraverso il cibo tipico. Per la prima volta, inoltre, è stata inserita da Apt Servizi Emilia Romagna nel progetto anche una influencer locale. In occasione del Wine Food Festival e dell'Anno del Cibo, arrivano così cinque top foodblogger internazionali, in arrivo dai mercati di lingua tedesca, Spagna e Francia, ma anche da Australia e Canada. Due settimane da trascorrere insieme ad una giornalista e blogger bolognese che li guiderà alla scoperta del gusto unico della Food Valley dell'Emilia Romagna, sintesi eccellente e distintiva dell'identità italiana. Tra le attività in programma la partecipazione a Tartufesta (Sasso Marconi- BO, inno ai prodotti autunnali locali, e a Il pesce fa festa a (Cesenatico – FC), per assaporare la cultura gastronomica marinaia della costa. La visita ad un caseificio di Parmigiano Reggiano (RE) e l'esperienza in un acetaia tradizionale di Reggio Emilia, inoltre, immergerà gli ambasciatori digitali nei segreti della produzione di due prodotti tipici tra i più amati ed apprezzati in tutto il mondo, mentre il Quadrilatero di Bologna sarà lo scenario ideale per una degustazione delle migliori specialità locali. Equipaggiati di mattarello e tagliere, infine, i blogger diventano anche protagonisti di un'autentica cooking class, per imparare a mettere le mani in pasta, come tradizione insegna. Un focus sul food che intende rispondere adeguatamente alla domanda turistica internazionale, come conferma anche il recente bilancio estivo delle vacanze enogastronomiche a tavola condotto da Coldiretti: la maggior spesa delle vacanze, quest'anno, è stata destinata all'alimentazione, superiore anche a quella per l'alloggio (oltre il 35% del budget), per un importo complessivo stimato in circa 17 miliardi. Anche l'acquisto di prodotti tipici come ricordo delle vacanze emerge essere una tendenza in significativo sviluppo. Se il cibo tipico tradizionale regionale è altresì espressione di quell'Italian lifestyle slow che altrettanto attira e seduce i visitatori, la permanenza per i blogger sarà anche pretesto per entrare in contatto con altri aspetti della cultura locale: outdoor living sull'Appennino Bolognese e doppia tappa nelle Terre Matildiche, alla scoperta dei Castelli di Rossena e di Bianello (RE). La permanenza dei blogger sarà via via documentata in rete attraverso gli hastag #BlogVille #inEmiliaRomagna

#FoodValley #italyforfoodies