

## ACETO BALSAMICO MODENA IGP E MCDONALD'S, SI RINNOVA COLLABORAZIONE

27 Novembre 2018



MODENA - McDonald's strizza ancora l'occhio alle eccellenze gastronomiche Made in Italy e tra i prodotti Dop e Igp che saranno inseriti nei nuovi menù della linea My Selection, pensata e realizzata dall'imprenditore italo americano della ristorazione **Joe Bastianich**, ci sarà anche l'Aceto Balsamico di Modena Igp.

Non si tratta tuttavia di una novità, perché la partnership tra il Consorzio dell'Abm e il colosso americano del fast food in realtà ha preso il via nello scorso mese di gennaio e quella che oggi si rinnova, rappresenta la conferma dell'impegno da parte di entrambe le parti di offrire al consumatore tutta la qualità di un prodotto di eccellenza alimentare coniugata al principio

della ristorazione veloce.

A supporto del Consorzio dell'Aceto Balsamico di Modena Igp in siffatta partnership, continua ad esserci la Fondazione Qualivita, impegnata da oltre dieci anni a fornire alla catena di ristorazione fast tutti gli elementi necessari per valorizzare le caratteristiche di ciascun prodotto Dop e Igp utilizzato nei propri menù. Ed è proprio a fianco di Qualivita che ieri il Consorzio di Tutela Abm ha preso parte alla presentazione ufficiale nei locali di Piazza di Spagna - il primo McDonald's aperto in Italia nel 1986 - dei nuovi menù 2019 della linea My Selection.

Presente all'appuntamento condotto da **Katia Follesa**, oltre all'amministratore delegato di McDonald's in Italia **Mario Federico** e l'imprenditore Joe Bastianich, anche gli stessi Consorzi dei prodotti scelti per la nuova campagna McDonald's tra cui il direttore del Consorzio di Tutela dell'Aceto Balsamico Igp **Federico Desimoni**, il quale ha ribadito come "l'attenzione che Mc Donald's ha mostrato nei confronti dei prodotti Dop e Igp italiani è un importante segnale che porta ai panini un valore aggiunto in termini di qualità ma altresì permette di aprire una ulteriore finestra sulla conoscenza del prodotto attraverso un canale di comunicazione alternativo a quelli tradizionali. Il prezioso condimento fa parte degli ingredienti utilizzati da Bastianich per i panini Premium di My Selection già da un anno ed è considerato uno dei prodotti di riferimento, certamente sospinto anche dal fatto di essere il prodotto italiano più esportato nel mondo con oltre il 90% della produzione indirizzato oltre confine".

Con l'inserimento nei nuovi menù di McDonald's dunque, per il Consorzio Abm sembra si sia aperto con successo un canale di comunicazione alternativo e allo stesso tempo privilegiato per interagire con la fascia giovanile della popolazione, altrimenti più difficile da raggiungere con le iniziative istituzionali: negli ultimi 11 mesi infatti, gli hamburger venduti appartenenti alla linea My Selection con prodotti Dop e Igp di tutta Italia, sono stati oltre 10 milioni.