

I sapori del Friuli Venezia Giulia a Milano per il primo evento in presenza organizzato dal Board enogastronomia

Ieri, 14 luglio, si è svolto a Garden Senato a Milano un picnic targato Friuli Venezia Giulia con i principali brand enogastronomici del territorio a cui hanno partecipato 70 tra giornalisti e stakeholder

Milano, 15 luglio 2021 – I vini bianchi del Friuli Venezia Giulia in abbinamento a un menu ricco di prelibatezze del territorio, prosciutto di San Daniele, formaggio Montasio, olio Tergeste e altre piccole produzioni marchiate “Io sono Friuli Venezia Giulia”: sono stati questi gli **ambasciatori del territorio a Milano** durante il **primo evento in presenza organizzato dal Board enogastronomia**, il gruppo di lavoro avviato da PromoTurismoFVG insieme ad Ersa a cui siedono i principali brand della regione del comparto agroalimentare e vitivinicolo (AgriFoodFVG, Consorzio del Prosciutto di San Daniele, Consorzio Formaggio Montasio, Consorzio delle Doc, Consorzio Collio, Consorzio dell’Olio Tergeste e della Brovada) per pianificare il palinsesto degli eventi e delle iniziative promozionali e avere una regia unitaria sul tema della promozione agroalimentare e vitivinicola.

Ieri, 14 luglio, a Garden Senato a Milano il Board, ha fatto **riscoprire i sapori del Friuli Venezia Giulia, raccontato il territorio e promosso il calendario di 150 esperienze enogastronomiche** che fino a ottobre verranno organizzate nei luoghi di produzione della regione. Ospiti dell’evento sono stati **70 selezionati opinion leader, tra giornalisti di settore, influencer, distributori, sommelier, ristoratori, organizzatori di eventi e congressi**. La serata è stata organizzata sotto forma di picnic per dare un assaggio delle esperienze che si possono vivere in Friuli Venezia Giulia partecipando ai format inclusi nel calendario costruito da PromoTurismoFVG con la collaborazione di Movimento Turismo del Vino del FVG: concerti nelle cantine con **Art&Taste** (prossima data il 25 luglio nella Cantina Zorzettig a Cividale del Friuli), picnic all’aria aperta con **Pic&Taste** (ogni giorno nelle diverse cantine e aziende aderenti), esperienze tra i filari nei weekend di **Vigneti Aperti** (17 e 18 luglio), degustazioni a bordo di un battello navigando nella laguna con **Sea&Taste** (prossime date il 22 e 29 luglio a Marano Lagunare), mindfulness tra le vigne con il **Nature Bathing** (prossime date il 23 luglio a San Floriano del Collio da Humar e il 30 luglio da Foffani a Trivignano Udinese), attività golose per i bambini con **Family&Taste** (attività previste ogni giorno) e una giornata di vendemmia tra il profumo dell’uva e del mosto con **Harvest&Taste**.

L’evento di Milano è stato il primo organizzato interamente dal vivo e fuori regione, ma negli ultimi due anni il Board non ha mai interrotto la promozione con **attività digitali, degustazioni e showcooking virtuali** che hanno collegato il Friuli Venezia Giulia con il mondo, da Tokyo a Monaco agli Stati Uniti. L’elemento di innovazione più forte del Board è stata infatti l’adozione di una **pianificazione strategica costruita dal basso** (con gli operatori chiave) e formalizzata attraverso la progressiva condivisione di obiettivi e metodi per **promuovere un’immagine integrata, omogenea e facilmente riconoscibile sui mercati di riferimento**.