



COMUNICATO STAMPA

***Le orecchiette con le cime di rape nel menù dei ristoranti
del parco divertimenti della Disney di Los Angeles.
La Regione sponsor ufficiale del festival dedicato
alle eccellenze eno-gastronomiche provenienti da tutto il mondo.***

Le orecchiette con le cime di rape nei ristoranti di Disneyland, e persino un viaggio ideale tra i vini pugliesi con tanto di passaporto sulle specialità assaggiate. Sono tra i principali ingredienti della presenza della Regione Puglia al “California Food and Wine Festival”, promosso da Disney, la più grande Società nel campo dell’entertainment a livello mondiale.

Così, sino al prossimo 31 maggio, gli ospiti del Disneyland di Anaheim (a pochi chilometri da Los Angeles), uno dei parchi divertimenti più visitati al mondo, potranno degustare *l’strascinat’ con l’cim di rap*.

Il più tradizionale piatto della cucina pugliese è stato inserito nei menù dei ristoranti dello storico parco divertimenti californiano grazie alla decisione della Regione Puglia di sponsorizzare l’edizione 2010 del “Disney’s California Food and Wine Festival”, l’evento dedicato alla promozione delle eccellenze agroalimentari ed enogastronomiche tipiche provenienti da tutto il mondo che lo scorso anno ha visto la partecipazione di oltre 800 mila persone.

*“E’ un modo nuovo per promuovere l’immagine della Puglia e delle sue eccellenze agroalimentari”, ha detto la Vice Presidente della Regione Puglia e Assessore allo Sviluppo economico **Loredana Capone**. “Portare la prelibatezza di uno dei piatti tipici della cucina pugliese al Disney’s California Food and Wine Festival equivale ad amplificare la conoscenza della Puglia non solo sul mercato nordamericano, ma anche tra i visitatori della manifestazione e i turisti di tutto il mondo e contribuire quindi ad accrescere le quote di export”. “A dispetto della congiuntura economica negativa a livello mondiale – ha continuato Loredana Capone –, il comparto dei prodotti alimentari e bevande in Puglia è riuscito a concludere il 2009 con un export cresciuto del 4,5% rispetto al 2008. Vogliamo fare di più puntando sulla gastronomia e sui vini prodotti in Puglia. Il festival di Los Angeles ci sembra la vetrina giusta”.*



Ma c'è di più. Gli organizzatori hanno riservato alla Puglia la possibilità di realizzare ulteriori iniziative. Per due settimane, nelle ampie sale del parco, dotate di postazioni di assaggio, che ospitano il festival si svolgeranno dieci seminari con degustazioni dedicate ai piatti tipici (4), agli oli extravergine d'oliva (2) e ai vini (4). Nel corso dei seminari chef pugliesi, sommelier ed esperti in enogastronomia discuteranno oltre che della tipicità dei prodotti presentati, anche degli elementi legati alla tradizione e alla cultura della Puglia.

I nostri vini saranno anche i protagonisti di un viaggio ideale tra le tipicità vitivinicole pugliesi, inserito all'interno di un percorso (Italy Wine Walk) disegnato dai responsabili della Disney per offrire ai visitatori la possibilità di ampliare la propria conoscenza sui vini italiani, per poi essere venduti presso l'enoteca allestita all'interno del "Food and Wine Festival", nei pressi del "Italy Wine Walk".

Tutte le iniziative promosse dalla Regione Puglia, con il supporto operativo dello Sprint Puglia, saranno pubblicizzate attraverso più di 250 mila copie della guida del festival e tramite il portale internet della Disney.

La sponsorizzazione del festival da parte della Regione Puglia rientra nell'articolato programma teso a promuovere e diffondere con efficacia negli Stati Uniti d'America la conoscenza della filiera dell'agroalimentare e dell'enogastronomia regionali che nell'ultimo biennio ha portato le nostre aziende e le nostre prelibatezze a ottenere ampi consensi al "Summer Fancy Food Show" di New York; al "Worlds of Flavor International Conference and Festival" promosso dal CIA (Culinary Institute of America) a Napa Valley e alla business convention "WWM" (World Wine Meetings) di Chicago.

L'Ufficio Stampa