

TRENDING [United Nations General Assembly](#) [Join Us Together](#) [As...](#) [Sec...](#)

venerdì 15 Settembre 2023

[Home](#) » (ARC) Enogastronomia: Bini, [Incantalia](#) promuove cultura delle eccellenze

(ARC) Enogastronomia: Bini, [Incantalia](#) promuove cultura delle eccellenze

 By —15 Settembre 2023  Nessun commento  3 Mins Read

(AGENPARL) – ven 15 settembre 2023 Inaugurato a Trieste concept store con prodotti di qualità?

Trieste, 15 set – “Alla base di questa nuova attività? c’è il desiderio di puntare sulla qualità?, valorizzando le eccellenze non solo nel campo del gusto, ma anche delle sostenibilità? e dell’etica. Un’attenta selezione che **Riccardo Illy** ha portato avanti con cura, fino all’inaugurazione di oggi, che mette a servizio della città? e dei turisti un punto vendita di assoluto valore. **Incantalia** ha l’ambizione di crescere e diventare un punto di riferimento nel campo dell’enogastronomia, proprio per questo? motivo di soddisfazione che il primo punto vendita sia stato aperto proprio in Friuli Venezia Giulia, un territorio che nelle eccellenze agroalimentari trova la sua identità? e uno dei principali driver turistici”.

Lo ha detto l’assessore regionale alle Attività? produttive Sergio Emidio Bini partecipando oggi alla cerimonia di inaugurazione di **Incantalia**, il concept store realizzato a Trieste con l’intento di offrire al cliente una selezione di prodotti di qualità?.

Fondato nel 2019 e presieduto da **Riccardo Illy** (gi? presidente della Regione Fvg), il **Polo del Gusto**? la sub-holding del Gruppo **Illy** che riunisce tutti i marchi extra caffè?: eccellenze del settore agroalimentare che si distinguono per la qualità? assoluta del prodotto finale e per la spiccata sensibilità? agli aspetti della sostenibilità?.

“L’attenzione alla materia prima e alla sua trasformazione – ha detto Bini nel suo intervento – sono solo alcuni degli “ingredienti” di base dei prodotti dell’enogastronomia di successo. Se a ci? si aggiunge la capacità? di narrare la loro storia e le loro origini, che si abbinano alla ricchezza paesaggistica di un territorio, allora si viene a creare un connubio capace di attirare l’attenzione del cliente. Dietro ad ogni pietanza, ad ogni piatto e ad ogni vino c’? una tradizione ricca di storia, tramandata da generazioni che rappresenta una parte importante del patrimonio culturale locale”.

“L’enogastronomia – ha aggiunto ancora Bini – ? un driver fondamentale, un biglietto da visita che si inserisce nel marketing mix per promuovere un territorio fuori dai confini regionali e nazionali. Su questo solco si ? mossa da tempo la nostra regione, impegnata nel far conoscere le proprie eccellenze a livello nazionale e internazionale, in particolare attraverso il claim ‘Io Sono Friuli Venezia Giulia’. Il marchio nasce proprio per tenere insieme queste due peculiarità? – territorio e cibo – per una comunicazione integrata che rappresenti a pieno la nostra identità?”.

ARC/AL/gg
151932 SET 23

Fvg

SHARE.