

## **Pane&Olio: la merenda della tradizione è trendy anche a Natale**

*Bilancio positivo per la campagna di promozione voluta da ASSITOL e AIBI, che per le prossime festività suggeriscono una speciale versione natalizia di questo classico della Dieta mediterranea.*

**Da merenda della tradizione a spuntino trendy: per l'accoppiata tra il pane fresco artigianale e l'olio extra vergine d'oliva il 2019 è stato l'anno del rilancio.** Questo il bilancio, tutto positivo, tracciato da **ASSITOL**, l'Associazione Italiana dell'Industria Olearia, e **AIBI**, l'Associazione Italiana Bakery Ingredients, sulla campagna "**Pane&Olio**".

Dal 2017 l'iniziativa di comunicazione promuove questo grande classico della cultura alimentare italiana, con l'obiettivo di valorizzare i due alimenti che ne sono alla base. "Siamo fieri di aver contribuito alla riscoperta di pane e olio – commenta **Anna Cane, presidente del Gruppo olio d'oliva di ASSITOL** – la merenda all'italiana è la sintesi migliore della nostra grande ricchezza agroalimentare e, al tempo stesso, rappresenta la base della Dieta mediterranea, nelle sue componenti di semplicità, frugalità, benessere e gusto".

In particolare, **nel corso del 2019**, la merenda all'italiana è stata tra i protagonisti di eventi importanti iniziando da "**Pane in piazza**", a maggio, la grande kermesse di beneficenza organizzata a Milano dalla Famiglia Marinoni a favore delle Missioni dei Cappuccini, per poi assumere il ruolo principale in occasione di "**Pane&Olio al volo**", la manifestazione organizzata in collaborazione con Gesac, la società di gestione dell'**Aeroporto Internazionale di Napoli** dal 17 al 20 settembre, e a "**Pane&Olio è cultura**", nell'ambito del Festival "Le Terre del Pane" a Matera (12-20 ottobre), in collaborazione con la Fondazione Sassi.

"In ogni degustazione – ha sottolineato **Palmino Poli, presidente di AIBI** – abbiamo registrato l'apprezzamento dei consumatori da Nord a Sud, che riscoprono questo abbinamento, quasi fosse la prima volta che lo assaggiano. Pane e olio è davvero alla portata di tutti e, anche per questa ragione, unisce l'Italia. **Semplice da preparare, si adatta a ogni tipo di gusto e a tutte le tasche e, cosa da non trascurare, è a impatto zero:** si mangia tutto anche perché, a fine merenda, non restano nemmeno le briciole".

Grazie alla campagna di promozione, nel corso dell'anno si sono registrate numerose altre manifestazioni, circa 20 in tutta Italia, che hanno riprodotto lo stesso messaggio di valorizzazione di questa pietanza semplice, ma ricca di sapori e di tradizioni della cultura gastronomica degli Italiani. "Possiamo ben dire di essere contenti delle 'imitazioni' - è il commento di **Anna Cane e Palmino Poli** - perché in tal modo si amplifica la comunicazione sulla corretta alimentazione".

La strategia di ASSITOL ha riguardato "piazze" diverse, ovvero tipi diversi di consumatori e di pubblico, privilegiando varietà differenti di pane fresco artigianale e di olio extra vergine d'oliva. L'intenzione è di continuare su questa strada anche per il 2020. "E visto che c'è un Pane&Olio per ogni occasione – osservano i due presidenti di gruppo – **in prossimità delle Feste, invitiamo a provare la versione natalizia di questa merenda**".

**Per il "Pane&Olio di Natale"** si consiglia di **scegliere un pane speciale**, prodotto con **farine speciali o con frutta secca**, meglio se appena sfornato o leggermente scaldato, **da affettare** al momento, per poi irrorarlo con un generoso giro di **olio extra vergine della nuova campagna**. Un buon modo per "gustare" ancor più il calore del Natale, grazie alla piacevole combinazione tra la fragranza del pane e gli aromi dell'olio.