**L’Asiago DOP per My Selection 2023**

*La specialità veneto-trentina protagonista della linea premium creata da McDonald’s e selezionata da Joe Bastianich*

Vicenza, 11 gennaio 2022 – L’**Asiago DOP** si riconferma un ingrediente di successo gradito al grande pubblico e torna per l’edizione 2023 in **My Selection,** la linea premium di burger McDonald’s selezionati da **Joe Bastianich** e nata per valorizzare i prodotti DOP e IGP italiani, la loro qualità e lo stretto legame con i territori.

L’eccellenza veneto-trentina, di cui McDonald’s stima di acquistare **221 tonnellate,** è protagonista in “**My Selection Speck & Asiago”**, **disponibile negli oltre 670 ristoranti McDonald’s di tutta Italia**. **Una gustosa ricetta con carne 100% bovina da allevamenti italiani, Asiago DOP, Speck Alto Adige IGP e maionese con senape in grani,** una combinazione di ingredienti che si esaltano tra loro e che fanno parte delle prelibatezze gastronomiche del territorio italiano.

Alla ricetta si aggiungono, in questa nuova edizione, My Selection BBQ, con carne 100% bovina da allevamenti italiani, coleslaw – insalata di cavolo e carote - e salsa BBQ con Aceto Balsamico di Modena IGP e My Selection Chicken Avocado & Bacon, con 100%petto di pollo italiano, Caciocavallo Silano DOP, cavolo cappuccio rosso italiano e salsa avocado.

Tre panini con cui McDonald’s conferma ancora una volta lo stretto legame con il comparto agroalimentare del nostro paese e l’impegno nel **favorire la conoscenza e la diffusione dei prodotti DOP e IGP Made in Italy**, anche grazie alla partnership con la **Fondazione Qualivita** che da oltre 20 anni si occupa della valorizzazione dei prodotti a indicazione geografica. Una collaborazione che ha portato sui vassoi dei clienti McDonald’s **18 ingredienti certificati DOP e IGP, inseriti in 43 ricette, per un totale di 4.600 tonnellate di materie prime utilizzate.**

“*Siamo orgogliosi di rinnovare la nostra partnership con il Consorzio Tutela Formaggio Asiago, che torna in My Selection con l’obiettivo di diffondere la conoscenza delle eccellenze agroalimentari*” - commenta **Dario Baroni, Amministratore Delegato McDonald’s Italia**. *“L’obiettivo, accanto ai Consorzi di Tutela e ai produttori locali, è di ampliare il nostro ruolo di interlocutore del sistema agroalimentare e di valorizzare tutte le filiere coinvolgendo sempre più prodotti certificati. Vogliamo non solo renderli accessibili a più persone ma incentivare un dialogo tra consumatore finale e produzione. È in questo modo che favoriamo e promuoviamo la sostenibilità delle filiere nell’industria agroalimentare”.*

*“Torniamo con grande piacere a collaborare con McDonald’s”*, afferma **Fiorenzo Rigoni, Presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago**, *“confermando la nostra ultradecennale esperienza insieme. In questi anni di grande successo, il formaggio Asiago, prodotto d’origine certa, ha permesso di scegliere la qualità anche fuori casa e conquistato i palati col suo sapore unico ed autentico. Oggi l’Asiago DOP, terzo formaggio più noto tra i consumatori, secondo una recente indagine Nielsen, conferma la sua unicità nel panorama delle eccellenze agroalimentari italiane e la sua immagine giovane e contemporanea”*.

*“La pluriennale collaborazione fra Qualivita e McDonald’s”* – aggiunge **Mauro Rosati, Direttore Fondazione Qualivita** – *“per la promozione dei prodotti DOP IGP con il progetto My Selection è stata uno degli elementi fondamentali per la crescita della DOP Economy nel nostro Paese; dare maggiore conoscenza ai giovani consumatori sulle produzioni DOP IGP affiancando il lavoro quotidiano dei Consorzi di Tutela è risultata una sinergia vincente”**.*

**Consorzio Tutela Formaggio Asiago**

Il Consorzio Tutela Formaggio Asiago è un’associazione composta da 34 produttori di formaggio e 6 stagionatori fondata nel 1979 per garantire che solo il formaggio che rispetta il disciplinare di produzione sia chiamato, riconosciuto e venduto come Asiago tramandandone la tradizione e rafforzandone l’identità. Il Consorzio di Tutela promuove la conoscenza del prodotto, lo tutela da ogni tentativo di utilizzo improprio e vigila affinché il consumatore possa sempre, quando acquista, essere certo dell’originalità dell’Asiago DOP.

**McDonald’s Italia**

In Italia da 37 anni, McDonald’s conta oggi oltre 670 ristoranti in tutto il Paese per un totale di 30.000 persone impiegate che servono ogni giorno 1 milione di clienti. I ristoranti McDonald’s italiani sono gestiti per il 90% secondo la formula del franchising grazie a 140 imprenditori locali che testimoniano il radicamento del marchio al territorio. Anche nella scelta dei fornitori McDonald’s conferma la volontà di essere un marchio “locale”, con l’85% di fornitori che è rappresentato da aziende italiane o aziende che producono in Italia. Nel mondo McDonald’s è presente in oltre 100 Paesi con più di 38.000 ristoranti.

**Fondazione Qualivita**

Fondata nel 2000 per promuovere la cultura rurale e le produzioni DOP IGP con progetti editoriali, attività di valorizzazione, ricerca, formazione e innovazione. È stata riconosciuta dal Ministero delle politiche agricole come soggetto di elevata capacità tecnico scientifica nell’ambito del settore agroalimentare di qualità.

**---------------------------------**

**Traguardi Comunicazione - Ufficio stampa Consorzio Tutela Formaggio Asiago**

Roberta Zarpellon: zarpellon@traguardiweb.it - 3394187543

[www.asiagocheese.it](http://www.asiagocheese.it)

**Omnicom Public Relations Group – Ufficio stampa McDonald’s Italia**

Donatella De Sabato: donatella.desabato@omnicomprgroup.com - 320 7620230

Erika Demartis: erika.demartis@omnicomprgroup.com – 329 68 71 926

Anna Del Piccolo: anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com

Flavia Perricone: flavia.perricone@omnicomprgroup.com – 3206386774

**Ufficio stampa Qualivita**

Elena Conti: comunicazione@qualivita.it - 3387437102