Presentato a Roma il progetto TwoEu per valorizzare i prodotti DOP del Vulture

scritto da Redazione Wine Meridian | 11 Marzo 2025



A Roma è stato presentato il progetto TwoEu, un piano triennale cofinanziato dall'UE per promuovere Aglianico del Vulture DOP e Olio EVO Vulture sui mercati internazionali. L'iniziativa punta su storytelling, eventi e digital marketing per valorizzare questi prodotti e rafforzare l'economia locale. Tra gli interventi, il presidente Francesco Perillo e Antonietta Rucco hanno evidenziato le strategie promozionali

Si è conclusa a Roma, a Palazzo Grazioli, sede della Stampa Estera, la conferenza stampa per la presentazione del **progetto TwoEu, il piano di comunicazione triennale del Consorzio di Tutela dell'Aglianico del Vulture e quello dell'Olio Extravergine di Oliva Vulture**. Finanziato

dall’Unione Europea, il progetto è volto a promuovere la ricchezza e l’unicità dei prodotti DOP di questo affascinante territorio sui mercati internazionali.

Una direzione, condivisa dai due Consorzi, che celebra non solo il paniere agroalimentare del Vulture ma, più in generale, la ricchezza enogastronomica dell’intera regione, puntando su due grandi prodotti lucani. Da un lato l’Aglianico che, nella zona del Monte Vulture, ha trovato la sua terra d’elezione con una produzione d’eccellenza che comprende 35 produttori in oltre 15 comuni. Dall’altro l’Olio Extravergine d’Oliva Vulture DOP, con protagonista l’Ogliarola, cultivar autoctona che domina le pendici sud-orientali del Monte Vulture sin dal 65 a.C., come testimoniano le antiche opere del poeta latino Quinto Orazio Flacco.

Sono i sentori tipici dell’Ogliarola, in blend con altre varietà, a scrivere il profilo sensoriale di questa DOP, che sta conquistando il cuore di tanti appassionati.

Oltre due grandi eccellenze enogastronomiche, il Vulture può vantare un passato davvero glorioso, scandito dalle influenze di grandi civiltà: dai Sanniti, ai Lucani, fino ai Romani e alla denominazione normanna, tutti hanno contribuito a delineare la sua identità storico-culturale. Ma è soprattutto durante il Medioevo che questo territoriodivenne un centro di straordinaria importanza: non a caso fu proprio il Castello di Melfi il luogo in cui Federico II redasse le Constitutiones Augustales, il più antico testo di leggi scritte del Medioevo. Origini affascinanti, una forte vocazione all’agroalimentare e un legame profondo fra l’uomo e la sua terra: questi gli elementi che costituiscono il fascino unico del Vulture.

“Con il progetto triennale TwoEu, intendiamo non solo valorizzare ma anche raccontare il nostro territorio e le sue eccellenze – ha sottolineato Antonietta Rucco, referente per il Consorzio Olio del Vulture DOP – Un’iniziativa che vuole rafforzare la conoscenza e l’apprezzamento dei

nostri prodotti sui mercati esteri.”

Aumentare la consapevolezza e la competitività dei vini e degli oli DOP del Vulture: questo l’obiettivo del progettodall’anima tutta lucana, per raggiungere consumatori e professionisti del settore in Italia e in Germania.

Nel corso della mattinata, **Francesco Perillo, Presidente del Consorzio dell’Aglianico del Vulture**, e Antonietta Rucco, referente per il Consorzio Olio del Vulture DOP, hanno presentato i punti principali su cui verte il piano di comunicazione: dallo sviluppo di campagne mirate per i social media alla partecipazione ai più importanti eventi enogastronomici, come punto d’incontro tra i produttori del Vulture, il trade e la stampa internazionale.

“La nostra aspirazione è che il progetto TwoEu non solo aumenti la visibilità dei nostri prodotti – ha aggiunto Francesco Perillo, Presidente del Consorzio dell’Aglianico del Vulture – ma anche che rafforzi l’economia locale, creando nuove opportunità per la nostra comunità. Ogni bottiglia di Aglianico del Vulture e ogni goccia del nostro olio EVO raccontano una storia di passione, dedizione e rispetto per la nostra terra. Con la strategia delineata oggi, intendiamo invitare il mondo a scoprire e a partecipare a questa storia straordinaria.”

L’evento, moderato da Stefano Carboni, comunicatore enogastronomico e docente all’Università di Roma Tor Vergata, ha visto inoltre la partecipazione di Gerardo Giuratrabocchetti, referente Consorzio Aglianico del Vulture, e di Giuseppe Calabrese, conduttore televisivo del programma di RaiUno Linea Verde, con un focus sullo storytellingdel territorio del Vulture.

Punti chiave

1. **Progetto TwoEu**, cofinanziato dall’UE, per promuovere Aglianico del Vulture DOP e Olio EVO Vulture nei mercati internazionali.
2. **Focus su storytelling, eventi enogastronomici e social media** per accrescere visibilità e competitività.
3. **Coinvolgimento di produttori, operatori di settore e stampa internazionale** per espandere la notorietà dei prodotti DOP.
4. Il **Vulture**, territorio di grande storia, diventa protagonista di una strategia di valorizzazione enogastronomica.
5. **Obiettivo:** aumentare il valore economico e la percezione internazionale di questi prodotti tipici della Basilicata.