

Comunicato stampa

San Donato Milanese, 26 novembre 2014

**Il progetto iFoodies powered by BMW i celebra un anno di vita con oltre 30 mila download e premia le prime tre aziende agricole che hanno ricevuto più "like": Antica Corte Pallavicina, Hombre e Terraliva.**

Nella sezione "Extra iFoodies", dati tre riconoscimenti a persone, istituzioni ed iniziative che hanno contribuito a diffondere la cultura enogastronomica italiana nel Paese e nel mondo; a Massimo Bottura per il libro "Vieni in Italia con me"; all'Università degli Studi di scienze gastronomiche di Pollenzo, per la formazione; a Ernesto Pellegrini per l'apertura del ristorante Ruben, dedicato alle persone in difficoltà economiche.

Il progetto di iFoodies è nato un anno fa, ponendosi come obiettivo la promozione delle aziende agricole italiane diffuse sul territorio che producono secondo principi di sostenibilità e biodinamicità. In dodici mesi, oltre 30 mila utenti hanno scaricato la App, rendendola la prima realtà del settore food in Italia. L'app iFoodies si inserisce perfettamente nella filosofia olistica del brand BMW i che si propone di dare un contributo determinante alla sostenibilità, attraverso un approccio innovativo al tema della mobilità. In questo senso, la scoperta del territorio e delle eccellenze italiane in tema di qualità e di rispetto della natura, rappresenta un patrimonio importante che si lega, naturalmente, a BMW i. Del resto il BMW Group è stato premiato nel 2014 dai Dow Jones Sustainable Indexes come l'azienda automobilistica più sostenibile del mondo.

La App iFoodies, disponibile per dispositivi mobile di tipo Android e iOS 8 e realizzata in italiano e inglese, include circa 2.000 aziende agricole dal nord al sud del nostro Paese. Un elenco di artigiani del buon cibo che oltre a produrlo lo vendono direttamente, in linea con il concetto del "chilometro vero" selezionato da Slow Food Editore. Si tratta di aziende agricole che lavorano nel rispetto della qualità e nella maggior parte dei casi che seguono una filiera ecosostenibile, con i rispettivi prodotti agricoli, dedicando una percentuale maggiore di attenzione alle realtà che producono: olio, confetture, succhi di frutta, formaggi, frutta, salumi e molti altri prodotti ancora.

Questo progetto è nato per offrire a tutte le realtà enogastronomiche diffuse sul nostro territorio, le stesse opportunità che hanno avuto, in passato, le aziende agricole vitivinicole. Non vengono segnalate solo realtà biologiche e biodinamiche, ma anche artigiani che seguono la filosofia del buono, pulito e giusto e hanno un approccio alla sostenibilità intelligente. Le varie aziende vengono geolocalizzate tramite l'utilizzo delle API (Application Program Interface) Google con appositi marker personalizzati che portano alle relative schede di approfondimento dove sarà possibile reperire informazioni tecniche, tipologie dei prodotti, prezzi, foto e contatti.

Nel corso del prossimo anno, la App verrà arricchita con l'inserimento delle locande e degli agriturismi diffusi sul territorio e in linea con la filosofia di questa iniziativa. Verranno anche geolocalizzati gli agenti BMW i diffusi sul territorio italiano che commercializzano

Società  
BMW Italia S.p.A.Società del  
BMW GroupSede  
Via della Unione  
Europea, 1  
I-20097 San Donato  
Milanese (MI)Telefono  
02-51610111Telefax  
02-51610222Internet  
[www.bmw.it](http://www.bmw.it)  
[www.mini.it](http://www.mini.it)Capitale sociale  
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.  
MI 1403223N. Reg. Impr.  
MI 187982/1998Codice fiscale  
01934110154Partita IVA  
IT 12532500159

nel nostro Paese i due modelli BMW i3 e BMW i8, vetture nate con una forte impronta alla sostenibilità lungo tutta la catena del valore.

### **iFoodies Award 2014**

Le oltre duemila aziende agricole inserite su iFoodies rappresentano delle eccellenze del territorio e delle realtà molto apprezzate. Per questo motivo, attraverso il premio iFoodies Award 2014 si è voluto premiare quelle realtà che hanno ottenuto un più elevato riscontro di gradimento sulla piattaforma, attraverso le preferenze espresse da coloro che l'hanno scaricata e hanno attribuito un "cuore", in linea con la filosofia dei "like" dei Social network.

La classifica non intende stabilire un ranking di valori, quanto piuttosto contribuire alla promozione della cultura del territorio e alla valorizzazione di quelle aziende medio/piccole che contribuiscono alla ricchezza alimentare e culturale dell'Italia, un tema che sarà centrale anche nell'Expo 2015 che si svolgerà a Milano.

Per il 2014, le aziende che hanno ricevuto il maggior numero di "like" sono state:

al primo posto, Antica Corte Pallavicina di Massimo Spigaroli, che nel mondo è conosciuto come il re del Culatello di Zibello. Il titolare è anche chef stellato della guida Michelin;

al secondo posto, Azienda agricola Hombre di Matteo Panini che è il titolare del caseificio che produce il Parmigiano Reggiano più raro dell'Emilia Romagna;

al terzo posto, Azienda Terraliva di Tino Cavarra che è riuscito a mettere nel suo Olio di Oliva Extra Vergine Italiano tutto il sole e la magia della Sicilia.

### **Extra iFoodies Award 2014**

Questa prima edizione di iFoodies Award inaugura anche una sezione denominata "extra iFoodies" che intende identificare quelle realtà, persone, istituzioni o iniziative che, a vario titolo, contribuiscono a diffondere la cultura enogastronomica in Italia e nel mondo.

Tre segnalazioni anche in questo caso. Filippo Polidori, ideatore di iFoodies e Roberto Olivi, Corporate Communications Manager di BMW Group Italia hanno identificato i primi due premiati, mentre Maurizio Bertera, giornalista gourmet e Andrea Berton, chef stellato dell'omonimo ristorante hanno suggerito la terza nomination.

### **Massimo Bottura con il libro "Vieni in Italia con me" - per la promozione della cultura enogastronomica italiana nel mondo.**

"Vieni in Italia con me" è il primo libro pubblicato da Massimo Bottura che racconta la sua carriera venticinquennale e rende omaggio ai suoi successi e all'evoluzione dell'Osteria Francescana. Composto da quattro capitoli, il libro comprende 48 ricette accompagnate da testi che svelano i suoi segreti. Un percorso filosofico nel quale lo chef ci introduce al concetto di tradizione in evoluzione promuovendo la cucina italiana.

### **L'Università degli Studi di scienze gastronomiche di Pollenzo - per aver creato un'eccellenza mondiale nella formazione culturale dei giovani.**

L'Università degli Studi di scienze gastronomiche, con sede a Pollenzo, frazione del comune di Bra (Cuneo), è la prima università al mondo nel suo genere, nata per idea di

Carlo Petrini, il fondatore di Slow Food, l'associazione internazionale presente in circa 150 paesi che promuove un nuovo sistema alimentare di qualità, ecologicamente sostenibile, e giusto nei confronti dei produttori.

**Il ristorante Ruben della Fondazione di Ernesto Pellegrini - per aver dato una testimonianza di come un ristorante possa essere uno strumento straordinario anche in tema di solidarietà e impegno sociale.**

Aperto all'ora di cena da lunedì a sabato con due turni che permettono a circa 500 persone di consumare un pasto al costo di 1 euro, Ruben (in via Gonin 52 a Milano) è il ristorante solidale creato dalla Fondazione di Ernesto Pellegrini per le persone in difficoltà. "Il ristorante si chiama Ruben perché ho voluto dedicarlo al contadino conosciuto quand'ero giovane, morto da barbone senza esserlo", ha spiegato Ernesto Pellegrini, "Ai tempi non sono riuscito a fare nulla, oggi lo voglio ricordare".

Per ulteriori informazioni:

BMW Group Italia  
Roberto Olivi  
Corporate Communications Manager  
Email: Roberto.Olivi@bmw.it

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

**Il BMW Group**

Con i suoi tre marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium ed offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2013, il BMW Group ha venduto circa 1.963 milioni di automobili e 115.215 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte per l'esercizio 2013 è stato di 7,91 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 76,06 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2013, il BMW Group contava 110.351 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)  
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>  
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>  
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>  
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>