



PROGETTO

IGA

ITALIANGRAPEALE

QUANDO LA BIRRA INCONTRA L'UVA

l'Italia è da sempre nel Mondo sinonimo di buon cibo e buon vino, ma anche nel settore brassicolo il Bel Paese sta lasciando la sua impronta, oggi più che mai grazie all'affermazione di uno stile tutto italiano: le **I.G.A.**

Italian Grape Ale con questo termine gli americani della prestigiosa organizzazione *Beer Judge Certification Program (BJCP)* hanno identificato questo "stile birrario" riconosciuto a livello internazionale.

Si tratta di birre accomunate dal fatto di avere tra gli ingredienti utilizzati anche una percentuale di uva o mosto d'uva. Questa addizione, vista l'enorme quantità di vitigni, crea infinite combinazioni di gusto e profumi: l'aggiunta può avere luogo in diverse fasi del processo di produzione, dalla bollitura alla maturazione anche con derivati del frutto molto diversi tra loro come la vinaccia o mosto (anche cotto o fermentato).

Sono sempre di più i mastri birrai italiani e stranieri che si confrontano con questo tipo di produzione, con risultati eccellenti e un riscontro crescente in tutto il mondo.



IL PROGETTO

L'obiettivo principale del progetto è la promozione della birra artigianale italiana attraverso le sue eccellenze, la qualità del lavoro dei nostri birrai e le produzioni tanto creative quanto capaci di raccontare il nostro variegato territorio. Ecco perché abbiamo scelto le Italian Grape Ale.

Cuore pulsante del progetto è il **concorso internazionale** sul tema delle I.G.A., un evento promozionale teso a valorizzare il territorio italiano, il made in italy brassicolo così come sul versante enologico lo fanno i nostri grandi vini.

Il progetto è articolato su tre principali linee d'azione:

- La mappatura delle produzioni attraverso la piattaforma web;
- La valorizzazione dei prodotti attraverso il concorso;
- La promozione della birra artigianale italiana attraverso la comunicazione e gli eventi.



FINALITÀ E OBIETTIVI

Il progetto permette di aprire un'ulteriore finestra di **promozione del territorio italiano** attraverso il comparto brassicolo, un settore ormai consolidato con grandi eccellenze.

Il premio ha anche come **obiettivo** quello di **costruire audience ed interesse sulla birra artigianale** da parte del grande pubblico, ma anche di **valorizzare tutta la parte produttiva**, dal campo alla sala cottura ed alla cantina. Il **tema agricolo nel settore brassicolo** è particolarmente sentito ed è interesse del progetto dare evidenza e creare occasioni di confronto/incontro rispetto ai temi delle **coltivazioni delle materie prime**, tra cui **orzo, cereali, luppolo**, della loro **trasformazione** nonché della **sostenibilità** e della **riduzione degli sprechi** in produzione. Così allo stesso modo si guarda alla **vigna**, ai **vitigni** ed ai temi inerenti il **mondo vino**.

Le ricadute di questa visibilità sono quelle già riportate in presentazione anche nel settore del **turismo enogastronomico** e della ristorazione per una promozione a tutto tondo del **made in italy** (valore intrinseco) in ambito **food&beverage**.



ATTRATTIVA TIPICA

Potenzialità delle IGA nel settore del Turismo: attraverso la mappatura delle IGA e l'incontro del mondo brassicolo con le realtà produttive, economiche e culturali del proprio territorio, sarà possibile creare nuove opportunità di visita e di esperienze per turisti di prossimità ma anche per quelli stranieri che troveranno sul territorio piemontese non solo i classici percorsi legati al mondo vino ma una proposta legata alla birra ed alle sue materie prime (*beer tour*): un'ampia offerta di conoscenza, incontro e degustazione che sarà messa in rete con aziende vitivinicole, agricole, ecc. per soddisfare la necessità del nuovo turista culturale sempre interessato a scoprire e vivere nuovi momenti di qualità.

Potenzialità delle IGA nel settore della Ristorazione: sia in cucina che in tavola attraverso la realizzazione di ricette di piatti che richiamano la tradizione e/o propongono innovazione, ma anche attraverso l'abbinamento a piatti che guardano al futuro, all'incontro con l'evoluzione di gusti e sapori frutto dell'esperienza. Le IGA possono essere protagoniste in questo ambito sia nell'alta ristorazione gourmet che nella sua versione più "popular" quali ristoranti tipici, trattorie, ecc.



IL SITO

Svolge un'importante funzione di mappatura delle I.G.A. prodotte sul territorio nazionale oltre ad un'attività informativa per tutto ciò che ruota intorno al concorso/premio; ambisce a diventare nel tempo un vero proprio progetto editoriale ricco di contenuti e aggiornamenti.



IL CONCORSO/PREMIO

Il concorso è di fatto il motore del progetto e si realizza secondo le stesse modalità standard adottate nei principali contest brassicoli nazionali ed internazionali, rivolto esclusivamente alle I.G.A. con diverse categorie tese a valorizzare la birra nelle sue più peculiari declinazioni.



GLI EVENTI

Organizzazione di eventi B2C e B2B in location particolari.



TIMELINE PROGETTO

2020...

- Stesura progettazione generale;
- Presentazione del progetto ad un panel di aziende e istituzioni individuate;
- Definizione del team di progetto;
- Creazione dell'immagine coordinata logo/grafica;

2021...

- Realizzazione dell'infrastruttura per la piattaforma web e delle pagine social ufficiali del progetto;
- Presentazione del progetto all'Italy Beer Week;
- Avvio della mappatura delle I.G.A.;
- Attività di promozione e comunicazione del progetto;
- Organizzazione del concorso (9 ottobre)
- Organizzazione della premiazione (13 novembre);

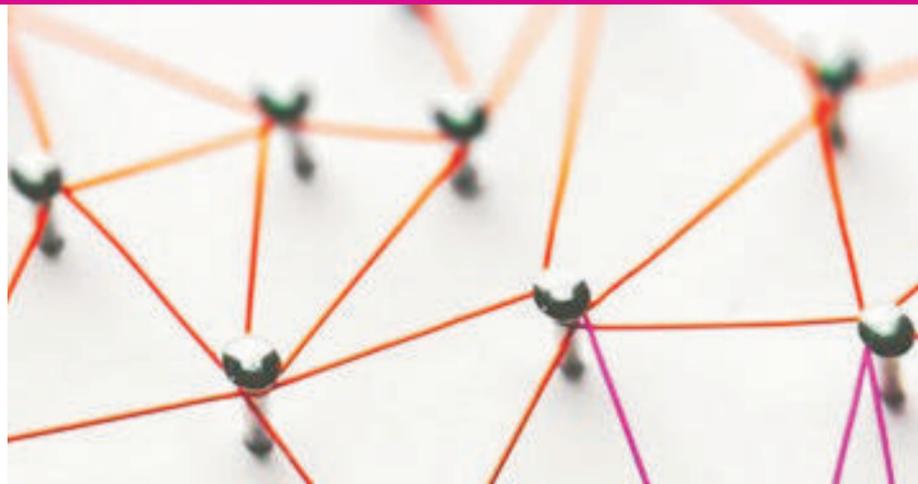
2022...

- Organizzazione della seconda edizione del concorso;
- Aggiornamento della mappatura;
- Consolidamento ed ampliamento del parco sponsor/collaboratori.



PRODOTTO E TERRITORIO

La **Mappatura** censisce le realtà produttive nazionali che realizzano I.G.A. relazionandosi col mondo delle cantine vitivinicole del territorio sia per il conferimento dell'uva/mosto, che per le collaborazioni finalizzate alla promozione dei diversi territori, quali visite e degustazioni. Questa nuova offerta, che ben si amalgama a quella, più ampia e consolidata, dei percorsi artistici e culturali, permetterà al turista culturale appassionato così come al fruitore occasionale di "disegnare" il proprio percorso di visita autonomamente sulla base delle proprie esigenze ed interessi.



L'ATTIVITÀ REDAZIONALE

Obiettivo della seconda fase del progetto è la realizzazione di un piano editoriale che dia aggiornamenti costanti e contenuti di approfondimento.

Comprenderà: articoli su prodotti e produttori; visite in azienda; presentazioni; interviste; storie; degustazioni comparate; etc.

EVENTI POSSIBILI

Gli eventi sono, per loro stessa natura, veicoli di promozione, di conoscenza e approfondimento. Nel nostro caso contribuiranno a dare valore a tutte le tematiche caratteristiche del progetto (la birra, il vino, il territorio, la ristorazione, il *made in Italy*) sia attraverso l'esperienza fisica dei fruitori, con ricadute economiche in diversi settori, sia fungendo da grande "vetrina nazionale" di un territorio attraverso la promozione di un prodotto artigianale che è espressione dell'incontro delle eccellenze del territorio stesso. Questi eventi saranno proposti sia per il *target* B2B che B2C sia in modalità classica (in presenza) che in modalità digitale.

NEW

Evento diffuso: Per dare una risposta alternativa alla modalità classica degli eventi, messa in crisi dall'emergenza pandemica in corso, si sta lavorando alla realizzazione di un nuovo *format* di evento che coniuga l'esperienza fisica con quella digitale in modalità nuova e rispettosa dei protocolli Covid. L'evento diffuso punta a portare il pubblico (selezionato) direttamente in azienda secondo un calendario di appuntamenti organizzati intorno a temi portanti che l'evento tratterà. Il tutto in un periodo di tempo più dilatato e per target diversi.



ESEMPIO EVENTO TIPO A:

Organizzazione di piccoli eventi B2C in location di prestigio.

ESEMPIO EVENTO TIPO B:

- Allestimento Corner per partecipazione ad eventi del settore vinicolo e brassicolo;
- Allestimento Stand per ospitate in eventi organizzati da terzi (es. Barcellona).

ESEMPIO EVENTO TIPO C:

Organizzazione di piccoli eventi B2B in rete con altri soggetti istituzionali.

ESEMPIO EVENTO TIPO D:

Organizzazione evento B2C medio-grande costruito intorno alle IGA.



IL CONCORSO

Il concorso si svolge secondo le stesse modalità standard adottate nei principali contest brassicoli nazionali ed internazionali e finalizzato alla promozione delle I.G.A., e nel 2021 è stato così organizzato:

- 4 Categorie;
- 18 giudici internazionali più un presidente di giuria;
- 123 birre iscritte;
- Svolgimento del concorso sabato 9 ottobre a Torino presso La Piazza dei Mestieri;
- Premiazione sabato 13 novembre a Ceresole d'Alba presso GAI Macchine imbottigliatrici con la consegna di 12 premi, 4 menzioni d'onore e 1 premio speciale.

È attualmente in lavorazione l'edizione 2022.



LA PREMIAZIONE

La premiazione del 2021 si è svolta il 13 novembre a Ceresole d'Alba presso la sede di GAI Macchine Imbottigiatrici ed è stata così organizzata:

- 120 ospiti;
- 14 birrifici presenti;
- 1 regia audio/video, 3 telecamere, 2 computer per lo streaming online;
- 1 presentatore, 2 operatori audio/video, 1 fotografo, 1 tecnico di regia;
- Più di 1 ora e 30 minuti di diretta;
- Oltre 8.300 visualizzazioni;

La sede per il 2022 sarà il prestigioso salone internazionale del SIMEL a Milano.



SVILUPPI POSSIBILI

Forti di una prima edizione del premio che ha visto l'iscrizione di oltre **120 referenze** (birrifici/birre), principalmente nazionali con una media di 30 IGA per categoria.

Nelle successive edizioni, grazie alla costante attività, svolta nel sito, di mappatura, di catalogazione e divulgazione e all'interesse suscitato intorno al concorso e al premio, unitamente alle operazioni di promozione e *public relations*, si prevede un incremento delle iscrizioni con una crescente presenza e partecipazione di birrifici.

L'ipotesi è di chiudere la seconda edizione con circa 200 etichette per poi raggiungere e superare, con una costante crescita, le 300 nella terza.

La volontà è quella di far diventare il premio il punto di riferimento di questo stile birrario focalizzando l'attenzione mondiale sulla peculiarità offerta da questa particolare tipologia di prodotto.



PROGETTO ITALIAN GRAPE ALE 2021

un progetto di

in collaborazione con



con la partecipazione di

con il patrocinio di

main partner



partner

media partner



IL TEAM DI PROGETTO



GUIDO PALAZZO

Organizzatore di eventi, docente, esperto del settore, nel 2009 ha co-ideato il prestigioso festival "C'è Fermento" dedicato alle eccellenze del panorama brassicolo artigianale. Mente alla guida del progetto "My Personal Beer Corner" è anche il timone dietro alla navigazione del progetto IGA.



ANDREA CAMASCHELLA

È uno dei maggiori esperti in Italia di Birra Artigianale, autore, assieme a Davide Bertinotti, dell'Atlante dei birrifici italiani, edito da Libreria Geografica, che racchiude la descrizione di 244 birrifici e ben 612 birre. È anche giudice in numerosi festival brassicoli internazionali e nazionali.



ANDREA TURCO

Fondatore e curatore di "Cronache di Birra", è giudice in concorsi nazionali ed internazionali, docente e consulente di settore. È tra i creatori del festival "Fermentazioni" e organizzatore della "Settimana della Birra Artigianale". Nel tempo libero beve.



CHIARA BUSSO

Appassionata di storia, viaggi ed enogastronomia, segue da molti anni il progetto "Vinibuoni d'Italia", la guida dedicata ai vini da vitigno autoctono italiano edita dal Touring Club Italiano, di cui è responsabile fiere ed eventi. Presidente dell'associazione FoodAround, è co-ideatrice del festival WineAround - vini e dintorni.



ANDREA PIACENZA

Lavora da oltre 20 anni nel mondo della comunicazione, appassionato da sempre di ogni forma del linguaggio visivo, ma anche di buona cucina, vino e birre artigianali. Vicepresidente di FoodAround, co-ideatore degli eventi dell'associazione, responsabile marketing e comunicazione di Vinibuoni d'Italia.



DIEGO LUPANO

Appassionato di Birra Artigianale e Fumetti, con Guido Palazzo, dal 2014, ha realizzato le rassegne "C'è Fermento sul Mare" e "Luppolo di Mare". Oltre ad aver creato il primo festival di Birra e Cucina, ha collaborato nella stesura della disciplina della Regione Liguria per la Birra Artigianale del marchio "Artigiani in Liguria".



www.italiangrapeale.org

 ITALIANGRAPEALE

 GRAPEALE