



Al via l'edizione 2010 del Tour di Mulino Bianco

Dopo il successo ottenuto nel 2009, è ripartito il tour che porta il Mulino nelle più belle piazze d'Italia per riaffermare il valore della prima colazione all'italiana e della buona merenda nell'ambito di una corretta e sana alimentazione giornaliera.

Parma, 27 gennaio 2010 – Con l'inizio del **2010**, è ripartito il **Tour di Mulino Bianco**, che toccherà nei prossimi mesi circa **50 città** in tutta Italia. Il tour è parte integrante del progetto di educazione che Mulino Bianco ha avviato lo scorso anno per informare e sensibilizzare le persone alla corretta alimentazione, con un equilibrio nutrizionale complessivo che suggerisce di ripartire i pasti in cinque momenti chiave della giornata e che valorizza l'importanza della prima colazione e della merenda nel pomeriggio.

Nel 2009 Mulino Bianco ha già toccato 30 fra le più belle piazze della penisola con una vera e propria struttura itinerante, accogliente e aperta a tutti, in un interessante viaggio alla scoperta delle origini della nostra tradizione alimentare. **Da maggio a novembre 2009 oltre 150.000 visitatori** hanno visitato il Mulino Bianco accedendo a tutte le informazioni che evidenziano le qualità nutrizionali e non solo della prima **colazione all'italiana**. **L'edizione 2010** del Tour ripropone il modello educativo dello scorso anno, ampliato e arricchito con i principi che guidano a gustare ogni giorno una buona e sana merenda. I visitatori potranno continuare a gustare anche la **prima colazione**, offerta da Mulino Bianco sulla base di un simpatico e veloce test, utile per riflettere a pieno sulle abitudini del proprio risveglio quotidiano.

Ai più piccoli, inoltre, è dedicata particolare attenzione, grazie a un'area allestita all'interno del Mulino e ad attività di "edutainment", studiate per imparare divertendosi. Grazie a un animatore, i bimbi scopriranno l'origine degli ingredienti, l'orto e le caratteristiche degli alimenti che trovano sulla loro tavola. Già **nel 2009 oltre 8.000 bambini** in età scolare hanno partecipato al laboratorio e al Teatro Scientifico. L'edizione del Tour 2010 ha incrementato le ore di attività dedicate ai bambini per dare la possibilità a tutti di poter vivere quest'esperienza divertente e istruttiva.

Nel corso dell'anno il Tour sarà anche l'occasione per scoprire di persona e per gustare alcuni nuovissimi prodotti di Mulino Bianco.

Tra le altre novità, i visitatori della struttura avranno la possibilità di festeggiare insieme a Mulino Bianco un traguardo importante, ossia il **35° compleanno** del marchio. Per celebrarlo in maniera speciale si potrà votare all'interno del Mulino il prodotto - biscotto o merenda - al quale si è più affezionati; quello che risulterà più votato sarà protagonista di una speciale ri-edizione.

Infine, per chi vuol seguire il Tour sul web, alcune tappe saranno raccontate di persona da Anna Lo Piano, mamma e blogger, autrice del blog Piattinicinei, che riporterà sulle pagine all'indirizzo www.mulinobianco.it/mulinointour le storie raccolte nelle piazze che ospitano il Mulino. Inoltre, Giampietro Agostani racconterà il tour attraverso le immagini catturate dalla sua macchina fotografica, che saranno disponibili per il download e stampabili. Impressioni, commenti ma anche immagini scattate tra le persone, per trasmettere con le parole il calore e l'accoglienza che il Tour sta riscontrando in giro per l'Italia.

Il Gruppo Barilla

Nata a Parma nel 1877 da una bottega che produceva pane e pasta, Barilla è oggi tra i primi Gruppi alimentari italiani, leader mondiale nel mercato della pasta, dei sughi pronti in Europa continentale, dei prodotti da forno in Italia e dei pani croccanti nei Paesi scandinavi.

Attualmente il Gruppo Barilla possiede 52 unità produttive (13 in Italia e 39 all'estero) ed esporta in più di 125 Paesi. Dagli stabilimenti escono ogni anno più di 2.700.000 tonnellate di prodotti alimentari, che vengono consumati sulle tavole di tutto il mondo, con i marchi: Barilla, Mulino Bianco, Voiello, Pavesi, Wasa, Harry's (Francia, Spagna e Russia), Lieken Urkorn, Golden Toast e Kamps (Germania), Alixir, Academia Barilla, Misko (Grecia), Filiz (Turchia), Yemina e Vesta (Messico). Ai marchi di prodotto si affiancano i marchi Number 1, società del Gruppo specializzata in servizi logistici, e First per i servizi di vendita al dettaglio.

La coerenza con principi e valori antichi ma sempre attuali, la gestione delle risorse umane come patrimonio fondamentale e i sistemi di produzione all'avanguardia fanno di Barilla una delle aziende alimentari più considerate nel mondo come espressione del "saper fare" italiano.

Per maggiori informazioni: www.barillagroup.it

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa

Ketchum per Mulino Bianco

Sabrina Antonini – 02/62411936 -346 6867431

sabrina.antonini@ketchum.it

Sara Smedile – 02/62411928

sara.smedile@ketchum.it

Maja Minino – 02/ 62411975

maja.minino@ketchum.it

Ufficio Stampa Barilla

Marco Magli – 0521/263066

m.magli@barilla.it