



COMUNICATO STAMPA N.1 – 12.1.2023

FONTI: CONS.TUTELA CIPOLLA ROSSA TROPEA CALABRIA IGP | ADV MAIORA – COMUNICAZIONE INTEGRATA

CIPOLLA ROSSA DI TROPEA CALABRIA IGP SEMPRE PIÙ MONDIALE SUCCESSO STRAORDINARIO PER CALABRIA SU MASTERCHEF UN MILIONE DI SPETTATORI SULLA NOSTRA IDENTITÀ

TROPEA (VV), venerdì 13 gennaio 2023 – Sapere di aver raggiunto più di un milione di spettatori, sintonizzati, non solo dalla regione, ma da tutta Italia ed oltre, ci rende orgogliosi del lavoro che stiamo portando avanti: fare della Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP, riconosciuta come uno dei prodotti tipici di qualità più importanti, apprezzati e internazionalizzati del paniere della biodiversità calabrese, un veicolo di promozione territoriale.

È quanto dichiara Giuseppe Laria, presidente del Consorzio della Cipolla Rossa di Tropea Calabria Igp esprimendo soddisfazione per il successo riscosso dalla puntata di Masterchef Italia, andata in onda ieri (giovedì 12) su Sky 1 e on demand e dedicata all'icona agroalimentare definita regina della cucina.

Per l'Invention test, la prova in esterna, le due squadre incalzate e spronate dagli chef stellati Giorgio Locatelli, Bruno Barbieri e Antonino Cannavacciuolo e giudicate da una speciale giuria di assaggiatori calabresi, si sono cimentate nella preparazione di un intero menu a base di Cipolla Rossa di Tropea. Dal cocktail alla cipolla (un'acqua al pomodoro profumata al basilico e un declinazione più dolce con l'ananas), agli antipasti rappresentati da una cocotte di cipolla e pesce spada con besciamella di Pecorino del Monte Poro servita con insalatina di cipolla, agrumi e alici marinate, da una parte ed una ceviche di surice e gambero abbinato con alici fritte e maionese alla cipolla, dall'altro. Sulla portata principale le due brigate, Rossa e Blu, si sono sfidate con un cipollone ripieno di gamberi su crema di patate e 'nduja e spada alla veneziana con cipolla rossa di Tropea.

Il Consorzio di Tutela della Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP – aggiunge il direttore marketing Daniele Cipollina – ha inteso intensificare la propria attività di comunicazione attraverso la presenza in tv all'interno del talent show culinario più famoso d'Italia, con una partnership nazionale prestigiosa grazie a Sky Brand Solutions, dipartimento di Sky Media, insieme a Endemol Shine Italy. Un ringraziamento personale – aggiunge – va al Sindaco di Tropea Giovanni Macrì che da sempre contribuisce a valorizzare la promozione del territorio con l'obiettivo condiviso di fare della Cipolla Rossa di Tropea uno dei principali attrattori per destagionalizzare l'offerta turistica e far vivere al viaggiatore e al visitatore un'esperienza autentica, alla scoperta delle tradizioni calabresi. Essere al fianco di un programma televisivo iconico per gli appassionati di cucina rappresenta una opportunità unica e speciale per portare all'interno del più noto talent show culinario e nelle case di milioni di italiani l'unicità della Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP in palcoscenico unico e straordinario tra l'azzurro intenso del mare e gli inconfondibili profumi mediterranei della meravigliosa terra di Calabria.

GLI ASCOLTI. L'appuntamento con il cooking show Sky Original ha totalizzato 946mila spettatori medi, +13% rispetto all'omologa serata dell'anno scorso e +3% rispetto alla scorsa settimana, con il 4% di share e il 70% di permanenza. Nel dettaglio, il primo episodio ha raggiunto 1 milione 69 mila spettatori medi e il 3,9% di share, con 1.501.053 contatti; a seguire, il secondo episodio di serata ha raggiunto 823mila spettatori medi, con il 4,13% di share e 1.194.803 contatti. - (Fonte: CONS.TUTELA CIPOLLA ROSSA TROPEA CALABRIA IGP | ADV MAIORA – COMUNICAZIONE INTEGRATA – Lenin Montesanto Comunicazione & Lobbying)

**CONTENUTI – LOBBYING – COMUNICAZIONE STRATEGICA
MONTESANTO Sas di Avv. Lenin MONTESANTO & Co.**

CORIGLIANO-ROSSANO (Cs) – 87064 Via S.Nilo 121 – 0983.522413

P.IVA: 02967510781 – CODICE UNIVOCO: W7YVJK9

amministrazione@leninmontesanto.it – montesanto@arubapec.it