



CAMPAGNA FINANZIATA
CON L'AUTO
DELL'UNIONE EUROPEA



La campagna “La qualità europea nella sua forma migliore” giunge al suo termine

Termina la campagna di comunicazione “La qualità europea nella sua forma migliore” promossa dal Consorzio di tutela del Pecorino Romano DOP e cofinanziata dall’Unione europea.

04/03/2024 - "La qualità europea nella sua forma migliore" è stato il messaggio portante della campagna triennale, enfatizzando l'importanza dei marchi di qualità europei nella tutela dell'origine e della sicurezza alimentare. Tale approccio ha consentito di migliorare la riconoscibilità e la notorietà dei prodotti di qualità con marchio DOP e del Pecorino Romano come testimonial per eccellenza.

I destinatari della campagna sono stati principalmente gli operatori del settore, gli opinion leader e i consumatori, rivolgendosi sia al mercato italiano che a quello tedesco.

Il progetto, avviato nel 2021 per concludersi a marzo 2024, ha visto numerose iniziative svilupparsi in Italia, mostrando un costante impegno nel promuovere le caratteristiche del Pecorino Romano DOP, un prodotto particolarmente genuino, versatile, in grado di associare tradizione ed innovazione.

Tra le iniziative principali, sono stati organizzati quattro eventi ai quali hanno partecipato complessivamente oltre 200 giornalisti e influencer, con lo scopo di fare scoprire e veicolare i messaggi chiave della campagna. Inoltre, la collaborazione con cinque blogger per la creazione di contenuti e ricette ha permesso di raggiungere un ampio pubblico di foodies attraverso i social network.

Per tutta la durata del progetto, il [sito web](#) dedicato e una presenza attiva su [Facebook](#) e [Instagram](#), hanno mantenuto alto l'interesse e l'interazione con gli utenti (+25k seguaci in totale).

Attraverso una pianificazione con le reti di LA7 e Mediaset, la campagna è stata protagonista anche in televisione, con uno spot dedicato e l'inserimento in alcuni programmi di cucina, valorizzando a tutti gli effetti la qualità e versatilità del Pecorino Romano.

Il calendario degli eventi è stato denso di appuntamenti, con da una parte la partecipazione alle principali fiere B2B quali Cibus e TuttoFood, punti di riferimento incontestabili per gli operatori del settore.

Dall'altra, la collaborazione con APCI, Associazione Professionale Cuochi Italiani, ha arricchito il programma coinvolgendo la loro rete di chef e professionisti dell'Horeca tramite diverse attività tra cui: 1 contest, 2 masterclass, 2 sponsorizzazioni di congressi, 2 presenze ad Host, 1 Restaurant Week a Milano, tante occasioni di (ri)scoprire ed esaltare il sapore inconfondibile del Pecorino Romano DOP.

Infine, è stato organizzato ogni anno un contest rivolto agli studenti degli istituti alberghieri, che hanno avuto l'opportunità di proporre ricette creative con il Pecorino Romano DOP ed essere giudicati da chef esperti. In totale, 90 studenti sono stati riuniti per gareggiare live in finale, sempre con impegno ed emozione.

Questa strategia multicanale ha contribuito nell'arco dei tre anni a consolidare la notorietà e l'apprezzamento del Pecorino Romano DOP ma non finisce qui. Si aprirà infatti un nuovo progetto in primavera! #Stay tuned

Per maggiori informazioni: ufficiostampa@sopexa.com