

“L’obiettivo delle due campagne è quello di comunicare le caratteristiche distintive dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP (più comunemente conosciuti come Salame Cacciatore Italiano), a partire dall’impiego di carne suina 100% italiana, dalla piccola pezzatura che lo contraddistingue e dalla breve stagionatura che gli conferisce un profumo delicato e un gusto dolce, ideale per le più svariate occasioni di consumo: dalla merenda allo snack veloce, dal picnic all’antipasto fino al finger food per l’aperitivo. Una versatilità innata che rende il Cacciatore Italiano un piacere unico, a portata di mano, irresistibile. Concetto ben sintetizzato dal claim: Una fetta tira l’altra” – dichiara **Paolo Beretta**, Presidente del Consorzio Cacciatore Italiano.

Le campagne radio e stampa sono finanziate dal Programma di Sviluppo Rurale del Piano Strategico Nazionale della PAC 2023-2027 della Regione Lombardia, intervento SRG10 "Informazione e Promozione dei prodotti di qualità".

Consorzio Cacciatore Italiano

Dal 2003, il Consorzio Cacciatore Italiano svolge le funzioni di informazione, tutela e valorizzazione dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP. Dispone inoltre di poteri di vigilanza, in grado di contrastare abusi, imitazioni, atti di pirateria e contraffazione, su tutto il territorio nazionale e non solo.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa: Augusto Cosimi – cosimi@assica Tel 02 8925901 - Cell 335 7271526