



COMUNICATO STAMPA

PECORINO ROMANO DOP E McDONALD'S, LA TRADIZIONE INCONTRA LE NUOVE GENERAZIONI

Il Consorzio: "Una grande DOP deve saper parlare anche ai giovani senza rinunciare alla propria identità, con questa iniziativa che speriamo diventi permanente facciamo conoscere prodotto, storia e tradizione"

Una storia millenaria incontra i linguaggi e i consumi delle nuove generazioni, per portare nei loro piatti qualità e consapevolezza. È questo il significato della collaborazione tra il Consorzio del Pecorino Romano DOP e McDonald's, che porta uno dei formaggi simbolo della tradizione agroalimentare italiana in un contesto di ristorazione contemporanea frequentato ogni giorno da un pubblico ampio e trasversale, con una forte presenza di giovani. Così nasce **"Il Romano"**: 100% petto di pollo italiano, bacon croccante, salsa al **Pecorino Romano DOP** e pepe.

Un incontro tra due mondi solo apparentemente distanti che, secondo il Consorzio, rappresenta un'opportunità per valorizzare e far conoscere il Pecorino Romano DOP a nuovi consumatori, mantenendo intatti i principi che ne definiscono l'identità: origine, qualità, autenticità e rispetto del disciplinare di produzione.

"Il Pecorino Romano DOP non è semplicemente un formaggio: prima del prodotto viene il territorio", sottolinea Gianni Maoddi, presidente **del Consorzio del Pecorino Romano DOP**. "Dietro ogni c'è un'intera filiera che produce valore economico, occupazione, presidio del territorio e identità. È questo patrimonio che dobbiamo continuare a raccontare e a rendere riconoscibile, soprattutto alle nuove generazioni. Per questo aderiamo con convinzione a questo progetto, che ci auguriamo trasmetta il valore del nostro prodotto a un pubblico sempre più vasto e trasversale. Una grande tradizione – aggiunge Maoddi - deve essere capace di parlare al futuro. Per il Consorzio, portare il Pecorino Romano DOP nella ristorazione informale significa ampliare le occasioni di conoscenza e di consumo, e continueremo a lavorare in questa direzione anche per favorire nuove e importanti ricadute economiche sull'intero comparto".

La collaborazione con McDonald's nasce dunque proprio dalla volontà di trovare nuovi canali per avvicinare il pubblico alla DOP. "Le nuove generazioni utilizzano linguaggi e modalità di consumo diversi: pensiamo sia giusto andare verso di loro, per avvicinarli, senza per questo modificare ciò che siamo", dice il direttore del Consorzio Riccardo Pastore. "Il valore di una DOP non dipende dal luogo in cui viene consumata, ma dalla storia, dall'origine e dall'identità che porta con sé", spiega il direttore. "Può essere



protagonista della cucina di casa, della trattoria, della grande ristorazione o di un format informale. Ciò che non deve cambiare sono le caratteristiche del prodotto, garanzia di qualità”.

L’obiettivo è trasformare anche un’esperienza di consumo quotidiana in un’occasione per scoprire una filiera e un patrimonio produttivo. “Se un ragazzo incontra il Pecorino Romano in un modo nuovo e da quell’assaggio nasce la curiosità di conoscerne l’origine, il territorio e la storia, abbiamo raggiunto un risultato importante”, dice Pastore. “Non stiamo cambiando la nostra storia. Stiamo trovando un nuovo modo per raccontarla”.

La collaborazione si inserisce così nella strategia del Consorzio volta a rafforzare la conoscenza della denominazione e il legame tra prodotto, territorio e consumatore. Un percorso che punta a mantenere viva una tradizione antichissima rendendola contemporanea e accessibile a un pubblico sempre più ampio.

Il progetto McChicken Creation® Dolce Vita Edition in collaborazione con *GialloZafferano* è attivo dal 19 agosto ed è accompagnato da **un'importante iniziativa realizzata insieme a Stellantis. Dal 24 agosto al 22 settembre**, acquistando un prodotto della gamma McChicken Creation® con una spesa minima di 10 euro, sarà possibile partecipare al **concorso instant win** e provare a vincere **una Fiat 500 Hybrid modello POP al giorno**.

Grazie alla collaborazione con **Fondazione Qualivita e i Consorzi di Tutela**, sono oggi **24 gli ingredienti DOP e IGP presenti nei menu McDonald's**: un impegno che dal 2008 valorizza le specialità agroalimentari italiane, sostenendo il lavoro delle filiere e promuovendo la cultura delle produzioni certificate.