

# TEATRO NATURALE

AGRICOLTURA - ALIMENTAZIONE - AMBIENTE

## Frutta & Verdura DOP e IGP, un percorso di successo

La campagna di comunicazione ha visto protagonisti per l'Italia il radicchio di Treviso, la pera dell'Emilia-Romagna, la pesca e la nettarina di Romagna, inseriti nel progetto europeo sposando il messaggio L'Europa firma i prodotti dei suoi territori

0 0 Google +0 0

La cena di degustazione presso A Gipsy in The Kitchen ha coronato tre anni di comunicazione e promozione che hanno reso protagonisti prodotti di frutta e verdura a marchio DOP e IGP. L'evento di martedì 31 gennaio ha dato la possibilità agli ospiti della chef-blogger Alice Agnelli di gustare piatti a base di prodotti DOP e IGP, dando prova dei tanti spunti culinari possibili e dell'altissima qualità garantita dai marchi di tutela.



La campagna di comunicazione ha attraversato l'Italia in lungo e in largo per tre anni, coinvolgendo 7 regioni, decine di province, chef, esperti e professionisti da tutto il Paese. Dal Veneto all'Umbria, dall'Emilia Romagna al Trentino Alto Adige: le attività promozionali si sono susseguite, raggiungendo migliaia di consumatori e sottolineando così l'esigenza di qualità e l'esperienza di consumo gratificante che l'etichetta europea garantisce.

Finanziata dall'Unione Europea, dagli Stati promotori, e per la parte italiana anche dall'ATI, la campagna di comunicazione ha visto protagonisti per l'Italia il radicchio di Treviso, la pera dell'Emilia-Romagna, la pesca e la nettarina di Romagna, inseriti nel progetto europeo sposando il messaggio L'Europa firma i prodotti dei suoi territori.

Festival, Road show, eventi sportivi e show cooking: sono solo alcuni degli eventi che hanno caratterizzato la campagna di comunicazione europea, attraverso decine di appuntamenti in oltre 20 comuni sparsi lungo lo Stivale. È proprio grazie alla varietà degli eventi che la campagna ha segnato un trionfo, centrando non solo l'obiettivo di informare consumatori e professionisti del settore sui prodotti a marchio DOP e IGP ma anche quello di valorizzare e promuovere il territorio di provenienza.

I prodotti a marchio europeo di tutela DOP e IGP sono strettamente legati alla specifica zona di provenienza e si presentano con caratteristiche ben definite e garantite. Gusto, stagionalità, territorialità, garanzia di produzione e di controlli sono elementi fondamentali nella distinzione dei prodotti a marchio di tutela rispetto ai prodotti convenzionali.

Con lo scopo di fornire una conoscenza concreta sulla frutta e verdura DOP e IGP, la campagna ha inoltre previsto per l'Italia la presentazione dei prodotti presso le maggiori catene della grande distribuzione e punti vendita, luoghi d'incontro ideali tra prodotti e consumatori, attraverso giornate di formazione e animazione, organizzate sempre in funzione della stagionalità.

Informazione, qualità e gusto: all'insegna di queste tre parole chiave, la campagna ha registrato un successo, sensibilizzando consumatori e professionisti sul significato dei prestigiosi marchi di tutela e avviando un tracciato ancora ricco di possibilità da scoprire.