



Prosciutto San Daniele, mozzarella e ricotta bufala campana insieme per promuovere i prodotti in 4 Paesi europei

Descrizione

(Adnkronos) Il Consorzio di tutela della mozzarella di bufala campana Dop, il Consorzio di tutela della ricotta di bufala campana Dop e il Consorzio del prosciutto di San Daniele Dop uniscono forze e risorse e lanciano la Campagna d'Europa, alla conquista di nuovi consumatori nel vecchio Continente. L'obiettivo è di promuovere e diffondere lo stile di vita italiano, anzi la 'Dolce vita', come recita il claim scelto, che evoca atmosfere di un'Italia dal sapore felliniano. Il progetto congiunto dei Consorzi, co-finanziato dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, prevede per tutto il mese di settembre una campagna di digital advertising, che toccherà Francia, Germania, Belgio e Olanda, accanto a una campagna outdoor con affissioni e totem installati nei malls e nelle stazioni delle metropolitane, che si concentrerà su Parigi e Lione in Francia e su Berlino e Colonia in Germania. A rafforzare la presenza dei Consorzi nei Paesi saranno, inoltre, una serie di eventi che si snoderanno da settembre a novembre tra sedi istituzionali, come ambasciate e istituti di cultura, e ristoranti e locali di tendenza, per intercettare tutte le tipologie di consumatori. Saranno proposte masterclass destinate anche agli stakeholders esteri, seguite da degustazioni guidate di Mozzarella e Ricotta di Bufala Campana e San Daniele Dop. Si terranno oltre 15 eventi tra settembre e novembre 2025 nelle principali città dei quattro Paesi del progetto, tra cui Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Bruxelles e Gand tra Olanda e Belgio. Tappe nelle città di Colonia, Berlino, Düsseldorf e Stoccarda per la Germania. Altri appuntamenti in Francia a Parigi e Lione. «Abbiamo lanciato un piano di promozione ambizioso, scegliendo di andare dove c'è in aumento la voglia di mozzarella di bufala Dop. Così guardiamo al futuro, alle nuove generazioni di consumatori, raccontando come nascono prodotti unici al mondo e anche come saperli esaltare al meglio. Con gli amici del San Daniele, portiamo all'estero il saper fare italiano, che fa tendenza nel mondo», commenta Domenico Raimondo, presidente del Consorzio di tutela mozzarella di bufala campana Dop. «Questo progetto segna il debutto del nostro Consorzio nei contesti internazionali. Siamo un prodotto fresco e giovane, con enormi potenzialità di crescita sui mercati e siamo impegnati a diffondere innanzitutto la conoscenza della nostra eccellenza, adatta a ogni scenario, dalla pasticceria all'alta cucina», sottolinea Sara Consalvo, presidente del Consorzio di tutela ricotta di bufala campana Dop. «Il Consorzio prosegue il suo impegno nei mercati esteri per rafforzare la conoscenza del San Daniele attraverso varie attività promozionali», dichiara Nicola Martelli, presidente del Consorzio del prosciutto di San Daniele Dop. «In questo progetto siamo accanto ad altri prodotti del Made in Italy

per rappresentare un paniere di eccellenze proprio nei contesti di convivialit  che rappresentano lo stile del cibo italiano. L'obiettivo   raggiungere i consumatori presentando i prodotti con maggior forza promozionale, grazie a una campagna strutturata, diffusa e congiunta .   lavoro/made-in-italywebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Lavoro

Tag

1. adnkronos
2. Lavoro

Data di creazione

Settembre 8, 2025

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8

default watermark