

DOP & GO. Quattro formaggi DOP per agli under 30

Asiago, Gorgonzola, Pecorino Sardo e Taleggio. Un viaggio on the road con tante ricette easy to cook e una pianificazione 100% social



Si è concluso a Roma lo scorso 13 luglio, il progetto che ha svelato le caratteristiche di quattro straordinari formaggi DOP italiani ed mostrato la facilità di impiego nell'alimentazione quotidiana, anche nel così detto street food.



Tutto nasce con l'idea dei quattro *Consorzi di Tutela* di Asiago, Gorgonzola, Pecorino Sardo e Taleggio, di fare squadra e dare vita al progetto digitale DOP & GO per coinvolgere giovani e giovanissimi e che ha portato questi formaggi in viaggio in quattro città italiane (Milano, Bologna, Firenze e Perugia) a bordo di un van in compagnia del food blogger *Maurizio Rosazza Prin*.

Nelle quattro tappe sono state svelate quattro ricette segrete a base di Asiago DOP, Gorgonzola DOP, Pecorino Sardo DOP e Taleggio DOP. Il viaggio è stato animato da una serie di indovinelli da risolvere per scoprire la tappa successiva e la firma di un fantomatico "Gianluca" su ciascuna ricetta. Un misterioso "chef" svelato soltanto alla fine del tour: dietro ai piatti di DOP&GO c'era *Gianluca Impastato* il celebre comico italiano, con la passione della cucina.

► 21/07/2022

I quattro panini

Tale passione ha portato alla creazione di quattro ricette facili da preparare e identificabili come un vero e proprio street food:

– il pane integrale con Taleggio DOP, crema di zucca e tartufo nero.



Tutta questa operazione si è sviluppata sui social: da una parte, Maurizio Rosazza Prin ha dedicato cinque giorni al racconto del viaggio e dei quattro formaggi DOP all'interno del suo profilo Instagram (seguito da 85.200 follower), dall'altra i quattro Consorzi di Tutela hanno condiviso e approfondito il progetto sulle loro pagine social, dando risalto non solo alle informazioni riguardanti il proprio formaggio ma anche a quelle sugli altri prodotti, creando così un'ampia cassa di risonanza. Un gioco di squadra che ha dato vita ad un video finale comune a tutti i Consorzi. A questo proposito è da precisare che un consumatore su quattro è influenzato dagli "influencer" per gli acquisti alimentari, per cui è fondamentale informare nella maniera più corretta possibile.



Maurizio Rosazza Prin e Annalisa Uccella, Direttore Consorzio di Tutela Pecorino Sardo

I risultati parlano chiaro: i contenuti di DOP&GO hanno raggiunto oltre un milione e mezzo di persone (1.581.628), con una partecipazione attiva di quasi 50.000 (45.752) utenti. Il video case history del progetto è stata vista da oltre 400.000 (448.117) persone, di cui il 69% al di sotto dei 35 anni. Inoltre, i contenuti sono stati particolarmente premiati per le regioni meridionali, ma in generale la distribuzione è risultata ben ripartita a livello di territorio e regioni chiave.



1.581.628
PROFILI RAGGIUNTI



45.752
INTERAZIONI



448.117
RIPRODUZIONI VIDEO

I risultati

Molti gli ingredienti di questo successo: da una parte il format “info&fun” creato su misura per i social, dall'altra i protagonisti coinvolti, dal celebre food blogger al comico amato in tutta Italia. Su tutti naturalmente, la grande versatilità dei quattro formaggi che hanno dimostrato quanto sia semplice gustare in ogni occasione le eccellenze casearie DOP del nostro Paese.



I quattro formaggi DOP

Queste le dichiarazioni dei rappresentanti dei Consorzi di Tutela.

Roberto Fulgosi, referente Consorzio Tutela Taleggio: “Credo che l'ingrediente protagonista di questa iniziativa sia la proficua collaborazione tra i 4 Consorzi di Tutela. Siamo uniti nell'intento di promuovere eccellenze del territorio che tutto il mondo ci invidia. Il Taleggio DOP è un prodotto versatile, genuino, buono. Il successo del tour è la riprova del fatto che sia gradito e riconosciuto anche dai più giovani, in tutte le stagioni e in diverse modalità di consumo. Ribadire il valore delle produzioni agroalimentari DOP è fondamentale per sostenere il Made in Italy e l'economia del Paese”.

Il progetto si è sviluppato grazie al MIPAAF, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, che ha finanziato il progetto e l'agenzia Milk Adv per la creazione e lo sviluppo del format.

– Consorzio Taleggio: www.taleggio.it