



Progetto di branding e comunicazione
Prosciutto di Norcia IGP



Indice

Introduzione

<i>Branding</i>	4
Logo	5
Colori e payoff	6
Materiale stampato	7
Sito web	9
Video	11
Foto	12
Outdoor	13
Campagna affissione Roma	14
Allestimento stand	15

Eventi

Presentazione Milano	16
Presentazione Roma	17
Adesione Associazione Consorzi	18

Comunicazione

Presenze in tv - Mattino Cinque	19
Presenze in tv - Frigo	20
Presenze in tv - L'Umbria Verde di Giada	21
Maratona di New York	22
Ufficio Stampa	23
Campagne stampa e web	24

Introduzione

Con il percorso avviato nel 2016, il Consorzio di Tutela del Prosciutto di Norcia IGP ha messo questo prodotto di eccellenza in vetrina, sul mercato nazionale.

L'intensa attività di promozione e organizzazione di eventi dedicati, ha comportato un considerevole impiego di energie, ma l'impegno è stato ripagato dai numeri: sono in costante crescita, nell'arco del 2018 sono stati marchiati 422.550 pezzi.

Uno studio grafico ha elaborato un nuovo logo, accattivante e ben riconoscibile sul mercato nazionale, è stato quello l'inizio del progetto nell'ambito del quale abbiamo anche adeguato lo statuto del Consorzio.

Il bilancio dei tre anni di attività è senza dubbio positivo: la comunicazione ha avuto un ruolo fondamentale e oggi il consorzio è ben strutturato e pronto a nuove sfide tra le quali quella di sfondare il muro dei confini nazionali per esportare finalmente il prosciutto di Norcia IGP. Da qui al 2020 contiamo di produrre mezzo milione di pezzi, mantenendo un punto fermo: la qualità.

Pietro Bellini

Presidente del Consorzio di Tutela del Prosciutto di Norcia IGP

Storia e tradizione del Consorzio di tutela del Prosciutto di Norcia IGP sono indiscutibili. Un lavoro di promozione del prodotto non poteva che rafforzarne il ruolo e accrescerne il prestigio. Lo abbiamo fatto evidenziando sempre più il fortissimo legame tra il Prosciutto e il suo territorio.

Ci siamo confrontati con diverse platee, quelle reali di Milano e Roma, quelle virtuali dei social network e le varie iniziative hanno fatto da collante con i soci, divenuti via via più sensibili al marchio collettivo e alla sua importanza. La commercializzazione del Norcia IGP ha peraltro rappresentato, in un momento difficile quale quello post sisma, un motivo, per le popolazioni dell'areale di produzione, per rimanere in quelle terre. L'aspetto che più ci inorgoglisce è proprio questo.

Andrea Sisti

Landscape Food & Lab

Il Progetto

Il prosciutto di Norcia è uno dei prosciutti più antichi e famosi d'Italia. Una storia fatta di abilità manuali e di vocazioni artigiane, di tradizioni tramandate da secoli e ormai insite nell'anima del luogo, la Valnerina nel cuore dell'Italia.

Il progetto di rebranding è stato realizzato dallo studio grafico Bocanegra di Terni.

Due le caratteristiche principali che la nuova identità visiva del Prosciutto di Norcia IGP doveva trasmettere: la qualità di un marchio di alta gamma e l'artigianalità del prodotto. L'obiettivo era quindi: trovare il giusto equilibrio tra l'eleganza e artigianalità, è stato fatto attraverso i materiali, i

pattern, i colori e le lavorazioni di stampa.

Al centro del rebrand c'è il nuovo logo.

Per il logotipo si è deciso di ispirarsi agli scritti storici degli antichi Monaci Benedettini di Norcia.

La difficoltà era di integrare nel logo l'intera formulazione Prosciutto di Norcia IGP e di creare un logo perfettamente usabile sia per la comunicazione che per la marchiatura a fuoco dei prosciutti.

Il risultato è un segno grafico riconoscibile, radicato nelle tradizioni, ma che guarda al futuro.

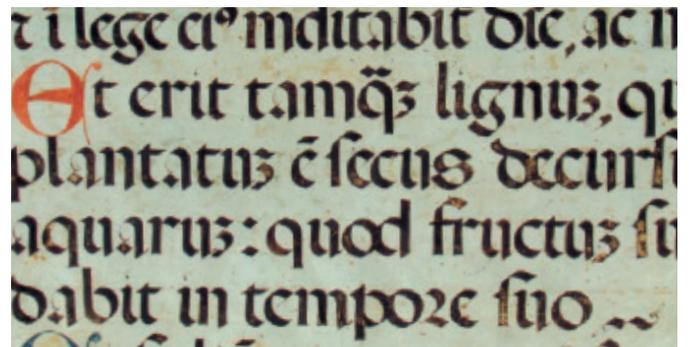
Il Prosciutto di Norcia è:

**storia
tradizione
dedizione
territorio**

Il Logo



norcia



Il carattere creato per il logo

Il carattere è ispirato agli scritti dei Benedettini.
È stato semplificato per migliorarne la leggibilità.
Mantenendo un forte carattere storico lo si è reso più moderno.

Branding - Colori e Payoff

Il payoff

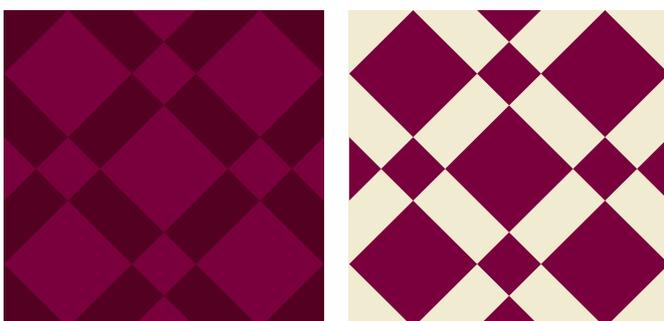
*“Sappiamo come farlo.
Da sempre”*

storia
professionalità
tradizione
conoscenza
fiducia
capacità
dedizione



Palette colori

La palette è dominata dall'oro che rappresenta l'alta qualità accanto ai colori del prodotto e della natura.



Decorazioni

Nel linguaggio visivo del brand sono previsti due motivi decorativi. Gli elementi geometrici che li compongono hanno la stessa angolazione a 45° dei tagli delle lettere del logo. Richiamano da un lato i pavimenti delle chiese, che hanno spesso decorazioni simili, e dall'altro decorazioni tipiche delle antiche botteghe alimentari artigiane.

Comunicazione stampata

In linea con l'identità visiva realizzata è stata progettata la brochure promozionale del Prosciutto di Norcia IGP in due varianti, italiano ed inglese.

È stata realizzata una cartellina A4, carta intestata e biglietto da visita per consegnare il materiale informativo durante gli eventi a cui il Consorzio prende parte.

Sono stati inoltre stampate una serie di cartoline in diversi formati.

Al fine di sottolineare i due aspetti fondamentali del Prosciutto di Norcia, ovvero l'artigianalità e l'eccellenza, gli stampati sono stati impreziositi con una lamina oro a caldo a contrasto con la carta naturale non patinata.



Branding - Stampa



Il nuovo sito web

Per promuovere il Prosciutto di Norcia IGP è stato realizzato un nuovo sito web in doppia lingua, italiano ed inglese, in linea con le nuove tecnologie che il web offre e integrato ai profili social media del Consorzio. Il sito è inoltre completamente responsive, ovvero è in grado di adattarsi perfettamente alla visualizzazione su schermi di qualsiasi dimensione, dalla tv allo smartphone.

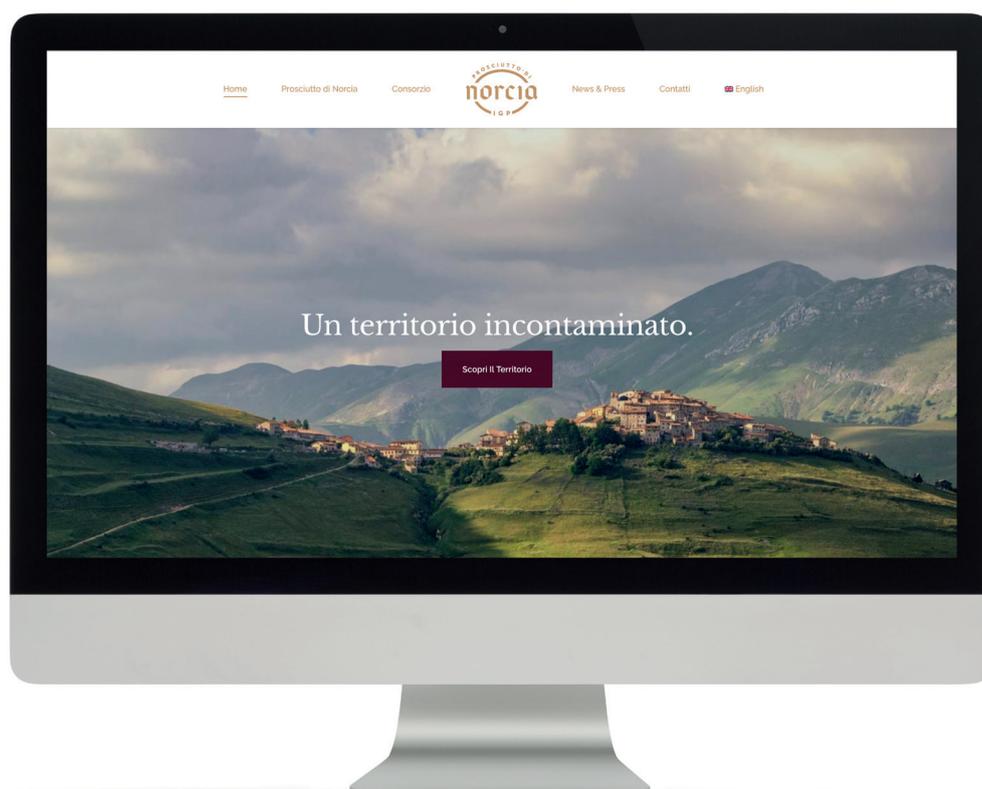
Protagonista dell'homepage del sito è il video realizzato da Tommaso Scalise Videography.

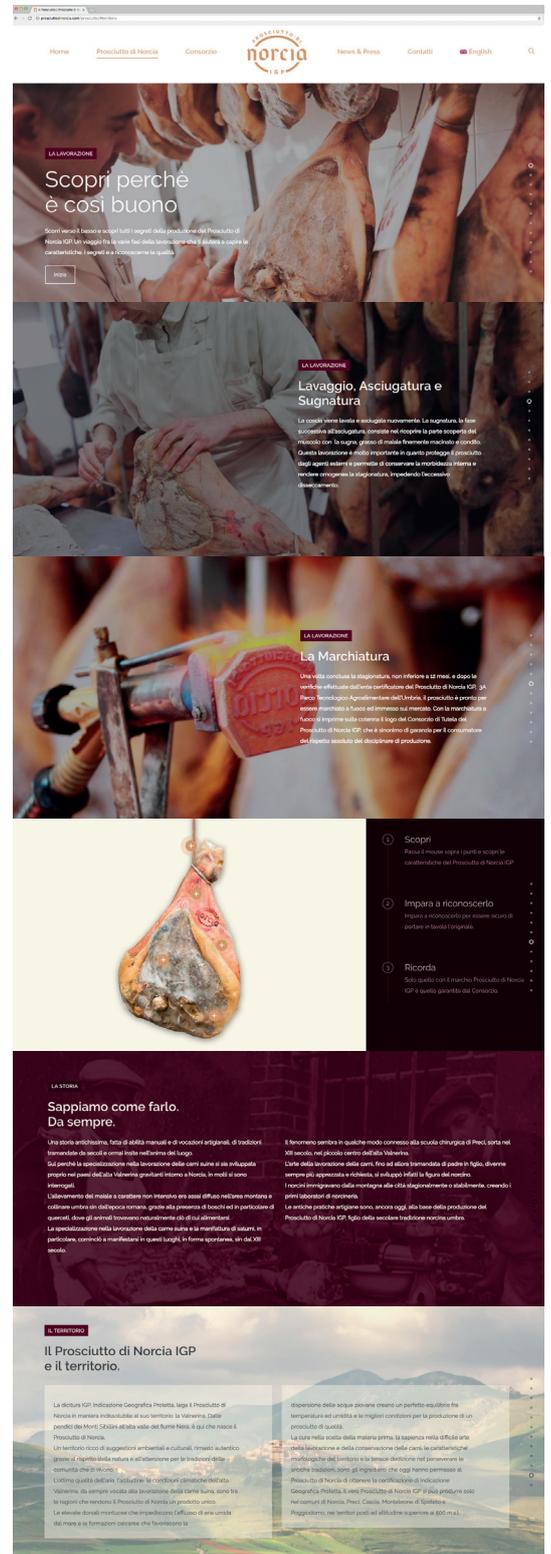
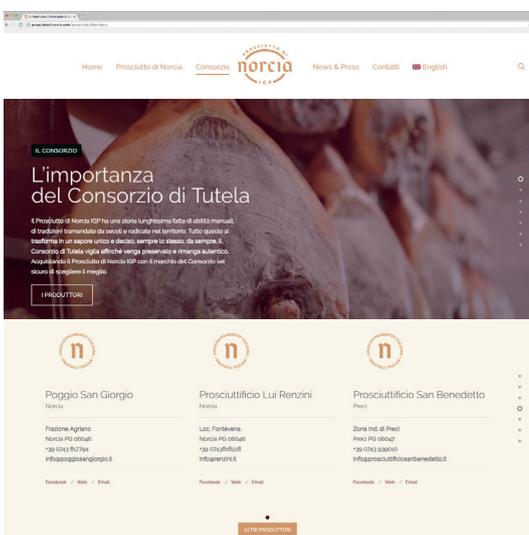
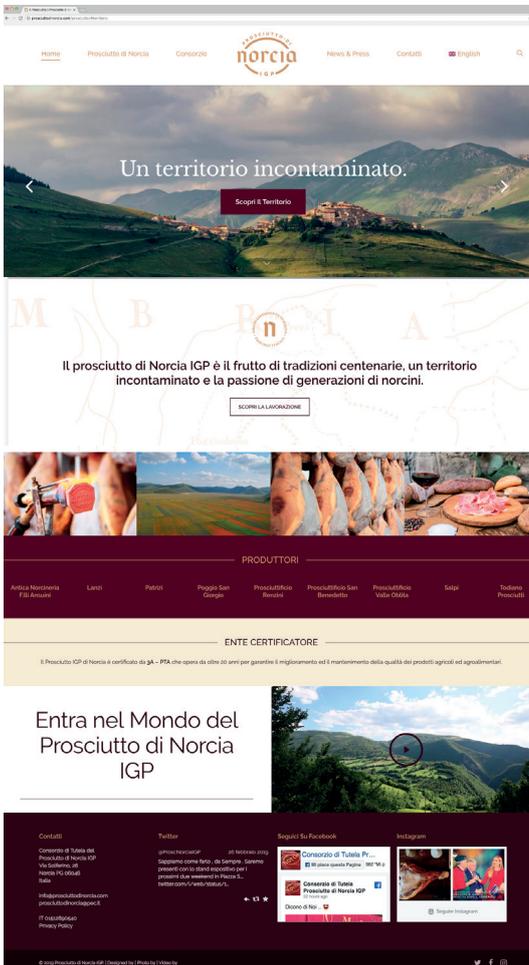
Nella sezione dedicata al prodotto viene descritto il territorio in cui questo nasce, le caratteristiche, la lavorazione fase per fase, la storia e i valori nutrizionali.

Nella sezione Consorzio, viene raccontata la mission del Consorzio di Tutela ed elencati tutti i produttori che ne fanno parte. È possibile inoltre scaricare la brochure promozionale e il disciplinare di produzione.

La sezione News & Press consente al sito di essere sempre aggiornato su ciò che accade nel mondo del Prosciutto di Norcia IGP, rendendolo uno strumento utile ad informare gli operatori del settore e la stampa, e fidelizzare i consumatori.

www.prosciuttodinorcia.com





Il video promozionale

Per promuovere il Prosciutto di Norcia IGP e i territori dell'areale di produzione è stato realizzato un video a cura di Tommaso Scalise Videography.

Il video si propone non solo di mostrare come nasce il Prosciutto di Norcia IGP e in cosa consistono le singole fasi di lavorazione, ma anche di descrivere e valorizzare il territorio unico in cui questa produzione avviene.

Norcia, Preci, Monteleone di Spoleto, Poggiodomo e Cascia sono protagonisti della prima parte del video, ripresi in modo suggestivo e raccontati attraverso le loro caratteristiche peculiari. Dopo un accenno su come è nata l'arte della norcineria in questi territori, scopriamo fase dopo fase la lavorazione del prosciutto grazie alle immagini video riprese nelle aziende dei diversi produttori.

Il racconto ha lo scopo di informare e allo stesso tempo di celebrare la tradizione e la sapiente abilità dei norcini, facendo "assaporare" allo spettatore il Prosciutto di Norcia IGP.

Nel mese di ottobre 2018 il video è andato in onda sui canali Madiaset, come video countdown di introduzione al Tgcom24 e billboard di apertura del meteo Tgcom24.



Materiale fotografico

Presso le aziende dei diversi produttori è stato realizzato dello studio fotografico di Alessandro Mari il materiale fotografico poi utilizzato nelle diverse applicazioni promozionali come: sito web, stampati, social media, ecc.

È stato inoltre realizzato un photo shooting per esaltare il prodotto e arricchire il materiale da utilizzare per la comunicazione.

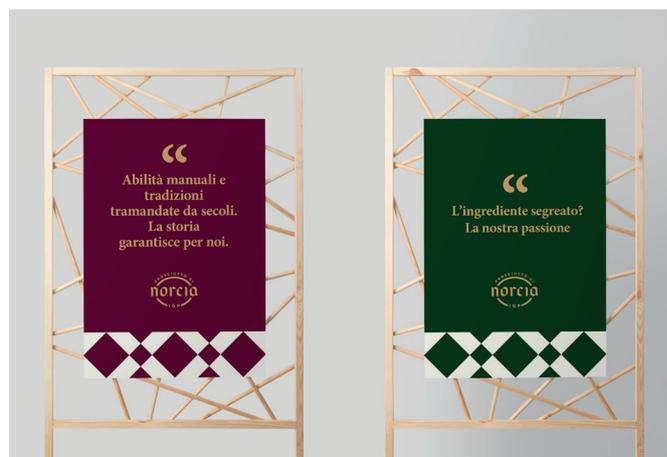


Branding - Outdoor

Comunicazione outdoor

Seguendo le linee guida del nuovo brand, sono stati realizzati diversi manifesti di vari formati per la campagna outdoor.

Tra questi manifesti 70x 100 cm e 6x3 m, in diverse versioni.



Campagna affissione

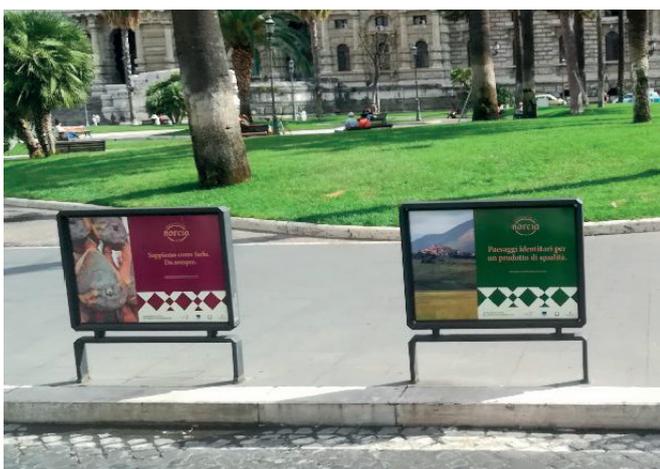
Prosciutto di Norcia IGP a Roma

In concomitanza con l'evento tenuto dal Consorzio presso Eataly Roma il 28 settembre 2018, è stata realizzata una campagna di affissioni con manifesti di varie misure nelle vie di Roma.

La campagna della durata di due settimane, ha riguardato l'intero centro della città di Roma.

Le principali vie toccate sono state:

Corso Vittorio Emanuele, Lungo Tevere Flaminio, Lungo Tevere Michelangelo, Corso Francia, Piazzale Clodio, Via Trionfale, Viale Trastevere, Via Ostiense, Piazza Fiume, Via Nomentana, Via del Tritone, Via Veneto ecc.



Stand Promozionale

Stand promozionale

È stato realizzato uno stand mobile riutilizzabile, formato da varie pareti autoportanti ed un tavolo, personalizzati con la comunicazione visiva sviluppata per il Prosciutto di Norcia.

Il tutto è stato realizzato affinché sia comodo da montare e trasportare, in questo modo il Consorzio di Tutela potrà avere una postazione adeguata per promuovere il prodotto nei vari eventi ai quali parteciperà.



Eventi di presentazione

Milano novembre 2017

Per lanciare la sfida della valorizzazione commerciale, i produttori IGP di Norcia hanno scelto Milano, «capitale del food», dove ha debuttato il nuovo marchio dal carattere benedettino e il nuovo sito web, curati da Tommy Moroni Eventi & Management e da Bocanegra Studio, con la supervisione di Landscape Food & Lab.

L'evento di presentazione si è tenuto in pieno centro, al Palazzo Giureconsulti, dalla terrazza che affaccia su piazza Duomo, giovedì 23 Novembre 2017

Sala gremita di addetti ai lavori e giornalisti, molti specializzati nel settore food, blogger ed influencer. La conferenza stampa è stata seguita da un momento dedicato alla degustazione dei prosciutti offerti dai produttori consorziati.

La scelta della location mira alla valorizzazione del Prosciutto di Norcia IGP in Italia e nel mondo con un team, impegnato nella progettazione e nella promozione, completamente umbro.

Pietro Bellini, sindaco di Preci e presidente dell'ente di tutela: «Oggi scriviamo la storia di un piccolo Consorzio, che con la ripartenza post sisma vuole agganciare i mercati internazionali, difendendo la qualità del prosciutto, che più che una produzione è un valore identitario».

L'evento è stato finanziato dal Fondo Europeo Agricolo per lo sviluppo rurale misura 321, l'Europa investe per le zone rurali.



Eventi di presentazione

Roma settembre 2018

Il Prosciutto di Norcia fa tappa a Roma, a casa Eataly, per continuare il viaggio iniziato a novembre 2017 a Milano. La missione portata avanti dal presidente del Consorzio di Tutela, Pietro Bellini è continuare a far conoscere il progetto di valorizzazione del Prosciutto di Norcia IGP. L'occasione per condividere il successo per la ripartenza dopo il sisma con i norcini, quelli che hanno ereditato il mestiere dai propri avi e con le aziende di oggi, i soci del consorzio «perché mi hanno sopportato e supportato. Grazie a loro – ha detto il Presidente del Consorzio – e a tutti i coloro che si stanno spendendo a vario titolo per la promozione di questo straordinario prodotto. Vogliamo crescere – ha dichiarato – ma diciamo no ai grandi numeri a tutti i costi; la qualità è un fattore imprescindibile».

Roma perché «Il viaggio cominciato a Milano prosegue sul tracciato di un Freccia Rossa e passa per la Capitale – ha detto Andrea Sisti, amministratore unico della Landscape & Food Lab – La Strada del Prosciutto è un progetto pensato anche per toccare diversi luoghi tra i più belli d'Italia perché il messaggio che vogliamo far passare è che un prodotto così buono proviene da una terra straordinaria e assaggiare una fetta di questo prosciutto deve suscitare la voglia di visitare quella fetta d'Umbria da cui proviene per essere appagati due volte, ora nel gusto ora nella vista».

All'evento sono intervenuti la sottosegretario di Stato al Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo Alessandra Pesce, il sindaco di Norcia Nicola

Alemanno, Andrea Russo dell'Onas, Organizzazione Nazionale Assaggiatori Salumi e Alessandro Di Giovanni dell'Accademia Italiana di Cucina.

A moderare l'evento di Roma, Sandro Capitani della Rai, conduttore di Coltivando il Futuro. Il giornalista ha riacceso i riflettori sul terremoto: «È importante continuare a parlare di quelle terre che ancora scontano le conseguenze del sisma, fondamentale dare voce al coraggio di quelle popolazioni».

L'evento è stato finanziato dal Fondo Europeo Agricolo per lo sviluppo rurale misura 321, l'Europa investe per le zone rurali.



Adesione Associazione Consorzi

Nel giorno in cui l'AICIG registra una svolta storica aprendo le porte anche alle Associazioni di Consorzi, aderisce anche quello del Prosciutto di Norcia IGP. Il sistema associativo tra Consorzi di tutela realizzato dall'AICIG si basa su una convinzione e cioè quella di far funzionare gli accoppiamenti giudiziari (indicazioni geografiche, territorio, cultura e turismo) facendoli agire all'unisono. Un concetto che non si discosta molto dall'idea del numero uno del Consorzio di Tutela del Norcia IGP che sogna il prosciutto come il cuore pulsante di un'economia integrata.

Il Presidente «L'adesione all'AICIG è l'ennesima mossa – dichiara soddisfatto Pietro Bellini – volta a valorizzare sempre più il nostro squisito e amato Prosciutto di Norcia IGP. Diventare soci di questa associazione, al pari di altri consorzi (come il nostro riconosciuti dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo), è un'opportunità di crescita e visibilità oltre che un motivo di orgoglio. È il segno della modernità, dell'innovazione e dello sviluppo che voglio imprimere alle nostre realtà produttive nel corso del mio mandato».

La cerimonia d'ingresso del Consorzio di Tutela del Prosciutto di Norcia IGP nell'Associazione Italiana Consorzi di Indicazioni Geografiche è avvenuta venerdì 30 novembre a Roma, in occasione dell'assemblea dei soci che si è aperta con la presentazione della trasmissione Rai 'Frigo' di Nicola Prudente, della quale 'il Norcia IGP è già stato ospite'. Nella sala Cavour del Mipaaf presente, tra gli altri, il Primo Vicepresidente della Commissione Agricoltura del Parlamento Europeo, onorevole Paolo De Castro che ha affermato: «Legare le caratteristiche organolettiche dei prodotti e la loro origine geografica costruendo, a partire da questo, filiere tutelate, è una grande conquista dell'Unione Europea. Gli italiani primeggiano nell'applicazione di questo concetto. L'export agroalimentare Made in Italy ha concluso il 2017 con il record di 41 miliardi di euro e sono certo che la nuova aggregazione, che oggi si costituisce sotto il nome di Origin Italia, non potrà che aumentare le possibilità di sviluppo dei consorzi, garantendo ai nostri prodotti una

tutela maggiore di quella ad oggi garantita».

L'IGP L'indicazione geografica protetta, certificazione che vanta il Prosciutto di Norcia, per sua natura porta con sé l'autenticità del territorio di provenienza, la storia, la cultura, i valori e, se vogliamo, anche le inclinazioni professionali ed economiche della comunità. Non a caso uno degli slogan conosciuti dal Consorzio di Tutela del Prosciutto di Norcia IGP è 'Sappiamo come farlo, da sempre': il prosciutto di Norcia IGP è il frutto di tradizioni centenarie, un territorio incontaminato e la passione di generazioni di norcini.

La nuova sfida è favorire lo sviluppo del settore delle indicazioni geografiche, promuovendo un confronto permanente tra i Consorzi di Tutela anche se appartenenti a filiere differenti; sostenere la politica delle Indicazioni geografiche in ambito nazionale, comunitario ed internazionale, in collaborazione con il Mipaaf; e monitorare l'evoluzione del settore sono i principali obiettivi dell'AICIG. Instaurare collaborazioni anche trasversali con altri consorzi operanti in comparti merceologici differenti è lo scopo primario dell'associazione; Bellini e soci sono pronti a raccogliere la sfida, a dar vita ad esperienze di crescita e di sviluppo tra diversi distretti conseguendo un maggiore coordinamento dell'intero settore, che agisca compatto verso obiettivi condivisi.

Mattino Cinque

Sullo sfondo il video promozionale realizzato da Tommaso Scalise per il Consorzio di Tutela del Prosciutto di Norcia IGP, in studio a Cologno Monzese, nella grande casa Mediaset, al fianco della conduttrice Federica Panicucci, i fratelli Bellini: Pietro, sindaco di Preci e Presidente del Consorzio; Antonio, mastro norcino.

Sul tavolo in bella vista una coscia di maiale stagionata, uno delle centinaia di migliaia di prosciutti di Norcia IGP prodotti. La chiusura di stagione della trasmissione Mattino Cinque, è stata l'occasione per promuovere ancora una volta non solo il prelibato crudo, ma l'intero territorio Umbro.

Pietro Bellini ringrazia i produttori «per la tenacia e la determinazione dimostrate a seguito del terremoto. Per la loro capacità di reagire di fronte a tante difficoltà».

Sessanta ospiti in studio, a fine puntata, hanno banchettato col pregiato Prosciutto di Norcia e prodotti caseari della Valnerina: «Il prosciutto – ha detto Bellini – non mancherà sulle tavole degli umbri a Natale». Da parte sua poi l'invito: «Venite a visitare le nostre terre, sono splendide».

Il consorzio chiude così in bellezza uno straordinario anno, quello della maturità (primo pezzo marchiato nel 2018), quello del debutto tra i grandi (l'adesione all'Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche).



Frigo

Il Prosciutto di Norcia IGP conquista una vetrina su Rai 2, nella nuova stagione di "Frigo", il programma tv condotto da Tinto (Nicola Prudente) storica voce di "Decanter" su Radio2 e, nelle passate stagioni televisive, nel cast fisso della "Prova del cuoco" di Antonella Clerici.

Frigo Insieme a Tinto, per la quarta edizione della trasmissione, 25 celebrità in un viaggio fra le eccellenze gastronomiche italiane: oltre 100 produzioni italiane tra quelle DOP e IGP, tra le quali il Prosciutto di Norcia IGP.

La puntata è andata in onda sabato 27 ottobre su Rai2, un viaggio alla scoperta di un "poker d'assi" del Made in Italy: Prosciutto di Norcia IGP; Aglio Bianco Polesano DOP;

Cappero di Pantelleria IGP; Fagiolo Cannellino di Atina DOP. Nel loft di Tinto (Nicola Prudente) ci sarà l'attrice comica Valeria Graci, volto noto di Colorado caffè, Zelig Off e Zelig Circus e la chef Sara Di Palma.

Eccellenze italiane La "Dispensa delle Meraviglie", questo il nome che Tinto ha assegnato ai 110 prodotti dei Consorzi DOP e IGP italiani, tra cui il Consorzio di Tutela del Prosciutto di Norcia IGP, che fanno parte di una delle più importanti azioni di "alfabetizzazione alimentare" del Servizio Pubblico.



L'Umbria Verde di Giada

TRG Tele Radio Gubbio ha dedicato uno speciale di 20 puntate al Prosciutto di Norcia IGP.

La rubrica "L'Umbria Verde di Giada" è entrata all'interno dei prosciuttifici ed ha permesso di far conoscere i consorziati e le aziende.

Un vero e proprio spaccato della cultura Norcina, alla scoperta dei segreti e della storia del Prosciutto. Il tutto arricchito dallo Spot in onda ad inizio puntata.



Maratona di New York

Prosciutto di Norcia IGP a New York con Ternana Marathon Club

Sodalizio gastronomico-sportivo in salsa umbra, ovvero l'intesa raggiunta tra il Consorzio e la Ternana Marathon club; con la partecipazione alla maratona di New York. Gli atleti della Ternana Marathon club si sono schierati ai nastri di partenza della 48esima Maratona di New York, col marchio del Prosciutto di Norcia IGP in bella vista. È stata inoltre realizzata una bellissima felpa verde con il logo, donata anche all'ultramaratoneta Giorgio Calcaterra.

La partnership ha portato indiscussi benefici a livello di marketing: i media locali hanno dato spazio alla notizia, i siti online hanno rilanciato il nome del prosciutto accostato ad uno degli eventi sportivi più famosi al mondo e l'ufficio stampa ha avuto la possibilità di creare una campagna ad hoc per accompagnare giorno dopo giorno l'attesa competizione.

Grazie alla preziosa collaborazione della nutrizionista, dottoressa Eleonora Teodori, è stata promossa in questi giorni di attesa del grande evento la campagna 'Prosciutto, Sport e Salute' e fornito consigli utili a tutti coloro che praticano regolarmente attività fisica.

Non solo: l'incontro di svariati personaggi famosi ha consentito di aggiornare i social e di accostare il Prosciutto di Norcia IGP persino a Gianni Morandi. Non a caso, al rientro degli atleti rossoverdi, è stata indetta una conferenza stampa, alla quale hanno preso parte numerosi giornalisti online, alcuni della carta stampata. La sera stessa, all'interno di una trasmissione sportiva, i contenuti della conferenza stampa tramite video inviato dall'ufficio stampa, sono stati trasmessi anche dalle tv regionali e dalla Rai.



Gianni Morandi con gli atleti della Ternana Marathon Club



Il famoso ultramaratoneta Giorgio Calcaterra in viaggio con la Ternana Marathon Club



Pietro Bellini, presidente del Consorzio di Tutela del Prosciutto di Norcia IGP e Tommy Moroni, presidente di Ternana Marathon Club

Ufficio Stampa

Dal mese di agosto 2018 è attivo l'Ufficio stampa del Consorzio di Tutela del Prosciutto di Norcia IGP e in soli cinque mesi di attività è stato concentrato un intenso lavoro promozionale del prodotto e dei territori di produzione utilizzando ogni volta una chiave di comunicazione che esulasse dalla pubblicità di quella che senza dubbio è considerata un'eccellenza gastronomica dell'Umbria, dando così l'opportunità ai media di riportare le notizie fornite, senza incorrere in problemi deontologici.

A invogliare all'acquisto e alla degustazione del prosciutto hanno contribuito casomai di volta in volta le foto allegate ai comunicati inviati ai media locali e nazionali. Per fare presa sulle redazioni si è scelto di effettuare il primo invio a ridosso del secondo anniversario dalla prima scossa di terremoto del 2016 (il 24 agosto), sicuri che la data avrebbe dato modo alle redazioni di riprendere il tema e quindi alle notizie legate al Consorzio di trovare spazio. A inserire la notizia prima di tutti fu l'Ansa, e quello è stato l'inizio di un percorso sempre più partecipato.

Complice il nuovo logo realizzato dallo studio grafico Bocanegra di Terni, il marchio del Prosciutto di Norcia IGP è divenuto via via sempre più riconoscibile grazie alla costante diffusione di materiale online, tramite i principali social network: Facebook, Twitter e Instagram, sempre aggiornati, dalle foto profilo ai contenuti in bacheca. Per la cura delle varie bacheche, l'ufficio stampa si è servito di materiale multimediale prodotto in fase di elaborazione del nuovo sito online, ma anche del materiale autoprodotta nell'arco dei cinque mesi di lavoro. L'aggiornamento costante delle pagine ha garantito un sempre crescente numero di interazioni e Like, dovute ad un notevole livello di visibilità raggiunto.

Nella sezione News & Press appositamente creata, suddivisa per mesi, e ordinata mantenendo in evidenza il contenuto più recente, sono stati inseriti tutti i comunicati prodotti nell'arco dei cinque mesi, compresi i testi delle campagne stampa (elencate in allegato) e l'intervista al presidente Bellini andata in onda prima su Mep Radio Rieti

poi trasmessa a tutti gli organi di informazione. Il fatto che molti siano passati per i social network, ha garantito ad un bacino sempre più ampio di internauti di conoscere il sito, accedervi, e quindi scoprire molto di più sull'eccellenza norcina che di volta in volta si andava a promuovere.

Schema riassuntivo:

- dieci comunicati stampa
- cinque campagne stampa
- spazio in due trasmissioni su tv nazionale Rai e Mediaset
- spazio su tv locali, radio, giornali, riviste, siti online
- sezione News & Press del sito web ricca di contenuti
- pagine social aggiornate
- spot televisivi
- pubblicità cartacee
- publiredazionali

Le principali campagne stampa e web

Durante il corso dei mesi di lavoro dell'ufficio stampa sono stati creati una serie di publiredazionali all'interno delle principali riviste di cucina nazionale (Giallo Zafferano, Cucina moderna, Guida Cucina, Sale & Pepe, ecc.) e di siti web e blog del settore.

Allo scopo di promuovere il prodotto sono state ideate ricette che prevedessero come protagonista il Prosciutto di Norcia IGP e raccontati aneddoti sulla sua storia ed utilizzo, anche questi pubblicati sia online che sui giornali di settore.

La pubblicità del Prosciutto di Norcia IGP è apparsa inoltre su vari quotidiani nazionali e locali (La Repubblica, Il Corriere dell'Umbria, ecc.) in posizioni di rilievo.

Sui vari siti d'informazione online sono state riprese le notizie legate agli eventi di presentazione, alla Partnership per la Maratona di New York con Ternana Marathon Club, ecc.

Approfittando del Prosciutto di Norcia IGP promosso al termine dell'anteprima nazionale di 'Belle Ripiene', l'ufficio stampa ne ha dato notizia pubblicando un breve articolo e la foto con Rossella Brescia, Tosca D'Aquino, Roberta Lanfranchi e Samuela Sardo in compagnia dello chef Alviero Bigi al teatro Lyrick di Assisi.

Di seguito alcuni esempi di pubblicazioni, per avere la rassegna stampa completa scaricare il pdf disponibile nella sezione News & Press del sito web:
www.prosciuttodinorcia.com



Campagne stampa e web



**Sappiamo come farlo.
Da sempre.**

Vieni a trovarci oggi da Eataly
per assaggiare il Prosciutto IGP di Norcia
Eataly - Piazzale XII Ottobre 1492, Roma



CONSORZIO DI TUTELA DEL PROSCIUTTO DI NORCIA IGP
www.prosciuttodonorcia.com



**L'ingrediente segreto?
La nostra passione.**

Vieni oggi ad assaggiare il Prosciutto IGP di Norcia
da Eataly, Piazzale XII Ottobre 1492, Roma.



CONSORZIO DI TUTELA DEL PROSCIUTTO DI NORCIA IGP
www.prosciuttodonorcia.com



**Sappiamo come farlo.
Da sempre.**

Auguri



CONSORZIO DI TUTELA DEL PROSCIUTTO DI NORCIA IGP
www.prosciuttodonorcia.com



Publicità uscite su *La Repubblica* e *Il Corriere dell'Umbria* in diversi momenti. Dimensioni pagina intera, in alcuni casi retro di copertina.

Campagne stampa e web



**PROSCIUTTO DI
norcia
IGP**

**Sappiamo come farlo.
Da sempre.**

Il 28 settembre vieni a scoprire
il Prosciutto IGP di Norcia da Eataly

Eataly - Piazzale XII Ottobre 1492, Roma



TrovaRoma

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA



Buone Feste

Consorzio di Tutela del
Prosciutto di Norcia IGP

Come stupire gli ospiti a Natale
Lasagnetta bianca con *prosciutto* e pere

lamagaincucina.ifood.it

Ingredienti
Per 4 persone
200 gr di pasta all'uovo per lasagne;
200 gr di besciamella;
50 gr di prosciutto di Norcia IGP;
mezza pera abate; 80 gr di mozzarella;
80 gr di provolone dolce;
20 gr di parmigiano; burro.

Procedimento:
in una teglia imburata faccio uno strato di pasta, metto sopra 2 cucchiaini di besciamella stendendola leggermente, poi aggiungo il prosciutto di Norcia IGP tagliato a strisciole, la pera tagliata a fettine sottili, la mozzarella e il provolone.
E così a formare altri strati.
Nell'ultimo strato metto anche il parmigiano.
Inforno a 200° per circa 20 minuti e...

Buon appetito!

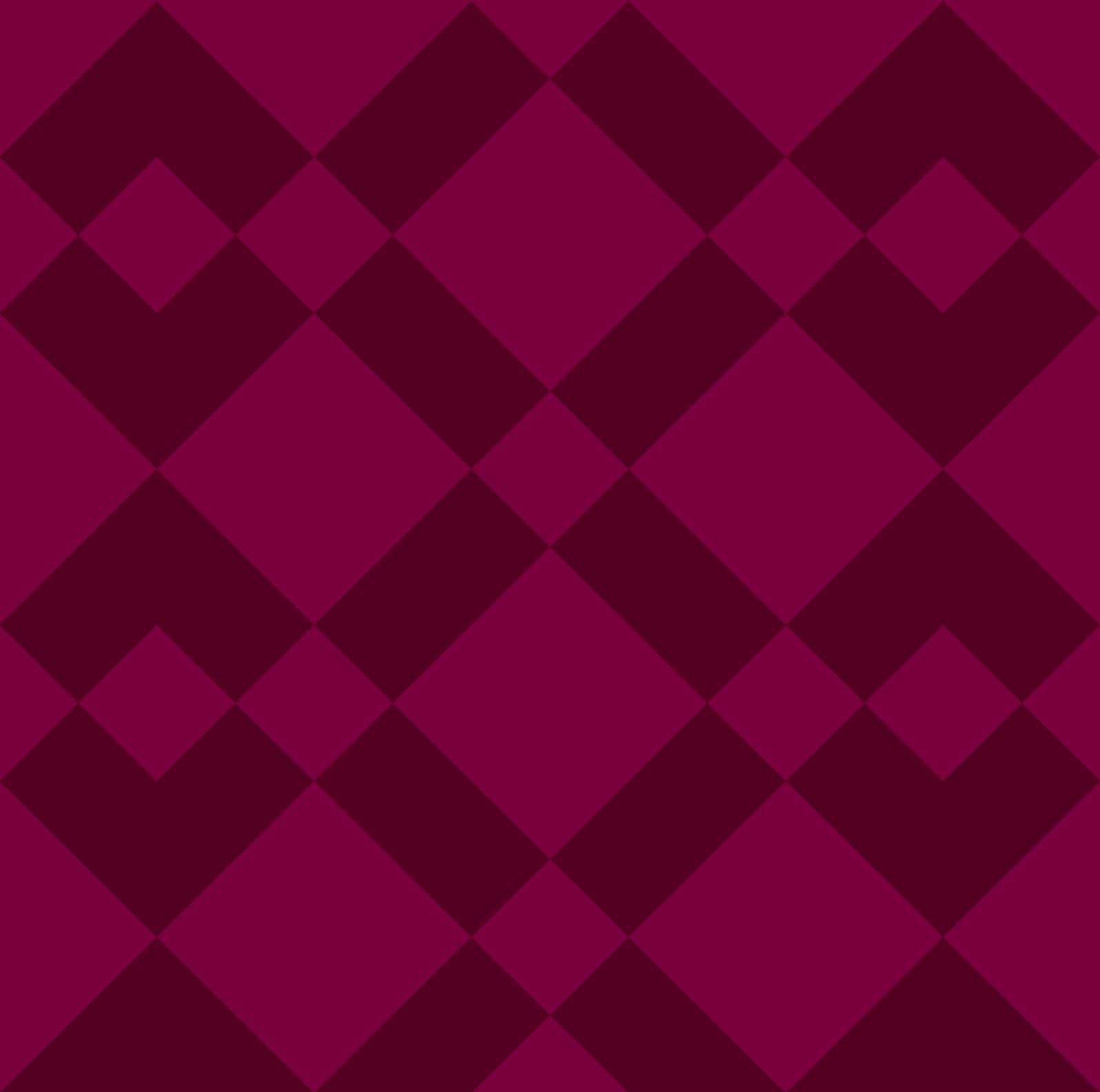
Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale misura 321, "L'Europa investe per le zone rurali"



Rivista Cucina Moderna

U M B R I A





CONSORZIO
DI TUTELA
PROSCIUTTO
DI NORCIA IGP