



Bilancio positivo per il triennio della campagna "il rispetto della tradizione incontra quello dell'ambiente" finanziata dall'Unione Europea

Gli obiettivi del progetto sono stati ampiamente raggiunti. Il Consorzio della DOP friulana si prepara ora a una nuova campagna triennale.

Il Consorzio del Prosciutto di San Daniele ha portato a termine una campagna triennale (2022-2025) intitolata **"In Europa il rispetto della tradizione incontra quello dell'ambiente"** e cofinanziata dall'Unione Europea. L'obiettivo principale è stato quello di promuovere la **sostenibilità della filiera produttiva**, esaltando al contempo l'eccellenza del Prosciutto di San Daniele come simbolo dell'agricoltura europea. L'iniziativa ha coinvolto Italia, Francia e Germania, attivando strategie mirate di comunicazione.

Gli obiettivi principali della campagna erano di **sensibilizzare** i consumatori e gli stakeholder sui valori di sostenibilità e **qualità del prodotto**, di favorire il dialogo tra produttori, distributori, istituzioni e pubblico e di incentivare azioni concrete e misurabili lungo tutta la filiera produttiva.

Le varie attività sui tre Paesi hanno portato alla pubblicazione di oltre 250 articoli, con un totale di 54 milioni di contatti indiretti, a raggiungere 29 milioni di contatti sui social media, grazie a contenuti mirati per piattaforme come Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube e 7 milioni di contatti generati da contenuti sponsorizzati realizzati in collaborazione con importanti media partner.

Nello specifico la campagna, rivolta ai **consumatori italiani**, ha generato:

- 10 milioni di contatti tramite campagne pubblicitarie sui social media
- 2 milioni di contatti attraverso contenuti sponsorizzati su testate online
- 40 milioni di contatti generati da pubblicità in supermercati e centri commerciali
- 14.000 visitatori unici sulla landing page dedicata alla campagna.

Ogni anno, sono stati inoltre organizzati **seminari e workshop** rivolti a produttori, giornalisti, stakeholder, docenti universitari ed enti di ricerca. In totale oltre 130 partecipanti hanno preso parte a queste iniziative,



pensate per condividere buone pratiche e rafforzare le competenze lungo tutta la filiera produttiva. In Francia e Germania queste iniziative hanno invece coinvolto anche i professionisti del settore, tra cui buyer, addetti al banco gastronomia e chef. Il numero globale dei partecipanti ha così superato quota 350.

*«Il Prosciutto di San Daniele – ha affermato il direttore del Consorzio, **Mario Emilio Cichetti** – si distingue per un processo produttivo rigoroso e rispettoso dell'ambiente. La campagna europea ha permesso di attuare azioni promozionali mirate, mettendo in evidenza le iniziative sostenibili della filiera: dall'innovativo sistema di tracciabilità con codici QR alla sicurezza alimentare, dal benessere animale alla garanzia di qualità, fino al massimo rispetto per il territorio. Tra i risultati più recenti, spicca l'attivazione di un impianto per il recupero e la valorizzazione degli scarti salini. Grazie a questo progetto triennale, il Consorzio ha potuto raccontare il proprio impegno nel coniugare tradizione e innovazione, ottenendo significativi progressi in termini di visibilità e consapevolezza dei consumatori».*

Maggiori approfondimenti sulle iniziative di sostenibilità avviate dal Consorzio sono disponibili sul sito impegno.prosciuttosandaniele.it

Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne

Nicola Sivilotti | sivilotti@prosciuttosandaniele.it | Cell. 3401064497

Ufficio stampa

Ezio Zigliani | ezio@eziozigliani.com | Cell. 3347579711