



COMUNICATO STAMPA

Pecorino Romano, via libera dall'Unione Europea a due nuovi progetti fra Stati Uniti, Gran Bretagna e Svizzera. Maoddi: "Investiamo 8 milioni per far conoscere bontà e tradizione"

Macomer, 30 novembre 2022 - Nei prossimi tre anni il Consorzio di Tutela del Pecorino Romano, grazie allo sforzo e all'impegno condiviso di tutti i soci, potenzierà le attività di promozione nei mercati esteri, in particolare negli Stati Uniti, in Gran Bretagna e in Svizzera, con due nuovi progetti presentati dal Consorzio e approvati dall'Unione Europea che li finanzierà per l'80%.

PR ON TOP negli Stati Uniti in primavera - A marzo 2023 negli USA sarà avviato "PR ON TOP", un insieme di attività che comprende la partecipazione alle più importanti fiere del settore alimentare, come il Summer Fancy Food di New York e il Winter Fancy Food di Las Vegas. Il Pecorino Romano DOP sarà il protagonista di numerosi eventi e di incontri finalizzati ad aumentare il già buon numero di consumatori. Le iniziative si coniugheranno con azioni mirate di sponsorizzazione e di collaborazione con i più importanti media specializzati, ad esempio con il portale web e social SoYummy e con la piattaforma Starchefs, punto di riferimento per i professionisti della ristorazione oltre oceano.

TASK EU in Svizzera e Regno Unito con i Vini Etna e Alto Adige - Le azioni di promozione del Pecorino Romano DOP nel Regno Unito e in Svizzera, con il progetto "TASK EU", invece si porteranno avanti insieme ai consorzi dei Vini Alto Adige e Vini dell'Etna. Anche in questo caso sono in programma attività di informazione e sponsorizzazione del prodotto, insieme alla partecipazione alle fiere di settore e alla promozione diretta nei più importanti punti vendita.

Il Consorzio di Tutela del Pecorino Romano, una delle eccellenze del Made in Italy, prosegue così nella sua politica attiva di promozione che nel



quinquennio 2021-2026 ha deciso di investire complessivamente otto milioni di euro.

Maoddi: si riparte con i progetti alla conquista dell'estero - “Siamo orgogliosi e felici dell’approvazione di questi tre nuovi, importanti progetti che vedono protagonista il nostro Pecorino Romano”, dice il presidente del Consorzio di tutela, Gianni Maoddi. “L’attività di promozione è fondamentale per continuare a far crescere un prodotto conosciuto e apprezzato, per proporlo sulle tavole dei consumatori stranieri e per intensificare i rapporti con le reti commerciali, a tutto vantaggio dell’economia regionale e della tenuta del comparto, in tutte le sue componenti. Un’attività che stiamo potenziando grazie allo sforzo di tutti i soci del Consorzio, che hanno dato la loro approvazione all’aumento della contribuzione per chilo di prodotto. Voglio perciò ringraziarli per il loro contributo, che sarà importantissimo per le prossime iniziative”.

Pastore: torniamo a volare in tutto il mondo – “Finalmente, dopo i due anni di pausa forzata che ci ha imposto il covid, possiamo tornare a muoverci e farci portavoce e testimoni di un formaggio antico, inimitabile e in continua evoluzione”, dice il direttore generale del Consorzio, Riccardo Pastore. “Siamo sicuri che le ricadute di questi nuovi progetti, che ci porteranno in Paesi così diversi ma accomunati dal forte apprezzamento per il Pecorino Romano, ambasciatore delle terre di produzione, saranno strategiche e fondamentali per il presente e il futuro del prodotto e del comparto”.

I progetti attualmente in corso - Attualmente sono in corso altri due progetti: il "Pekorase", caratterizzato da un'intensa campagna pubblicitaria e di divulgazione in Italia e negli Stati Uniti con lo slogan "La qualità europea nella sua forma migliore", e il "Chizu" che, attraverso il Pecorino Romano DOP, invita i consumatori del Giappone a "Enjoy the taste of life".

I numeri del comparto - Il Pecorino Romano è il formaggio di latte di pecora DOP più importante sia in termini quantitativi che di valore generato, viene prodotto per il 94% in Sardegna e per il restante 6% fra Lazio e Provincia di Grosseto. Nel sistema delle DOP rappresenta il 52% dei formaggi ovin in Europa e l’80% in Italia. Il suo sistema produttivo coinvolge 12.000 aziende zootecniche, circa 25.000 addetti complessivi e 40 caseifici produttori. Il valore annuale al commercio è attualmente di 600 milioni di euro: nell’ultima



campagna sono stati lavorati oltre 190 milioni di litri di latte per 32.600 tonnellate di prodotto, ovvero 1 milione e 170mila forme sul mercato.