



## **EATALY, PECORINO ROMANO DOP PROTAGONISTA DI OTTO SETTIMANE DI EVENTI A NEW YORK INSIEME A SPECK E ASIAGO. PALITTA: QUALITÀ E UNICITÀ DEL NOSTRO PRODOTTO IN DIFESA DEL MADE IN ITALY**

**Vicenza, 14 gennaio 2020** – Il progetto “Uncommon Flavors of Europe” dei Consorzi di Tutela Pecorino Romano, Formaggio Asiago e Speck Alto Adige sarà protagonista di otto settimane di eventi a New York. A partire da domani, 15 gennaio 2020, Eataly New York celebra Pecorino Romano DOP, Asiago DOP, Speck Alto Adige IGP e attraverso degustazioni, eventi speciali e menu dedicati nei punti vendita Eataly Flatiron.

Riconosciuto come uno dei dieci progetti italiani approvati dalla Commissione Europea all'interno del programma di promozione europeo "Enjoy, it's from Europe" nel triennio 2017-2019 e dichiarato, nel gennaio 2018, caso di successo europeo, “Uncommon Flavors of Europe” ha perseguito lo scopo di rafforzare la riconoscibilità, da parte del consumatore, delle caratteristiche distintive del prodotto d'origine, in contrapposizione con i prodotti denominati “comuni”, ovvero generici nei mercati USA e Canada.

Nella Grande Mela, “Uncommon Flavors of Europe” verrà celebrato da Eataly Flatiron con un menu speciale dedicato, corsi di formazione per il personale e una masterclass aperta al pubblico, in programma per venerdì 17 gennaio. Dopo aver aperto la sua prima sede negli USA nel 2010, Eataly è, infatti, il fornitore indiscusso del cibo italiano di eccellente qualità che si propone da sempre di valorizzare i piccoli produttori nelle attuali sei sedi negli Stati Uniti e trentasette in tutto il mondo.



“Siamo orgogliosi di partecipare a questo progetto che punta su tre prodotti italiani DOP e IGP”, dice il presidente del Consorzio di tutela del Pecorino Romano DOP Salvatore Palitta. “Proteggere le DOP significa tutelare i nostri prodotti e la loro originalità, far conoscere la loro esclusività ai consumatori e dunque aiutare la nostra economia. Eataly è un partner d’eccezione per far conoscere ancora di più il nostro prodotto, che negli Stati Uniti ha già un mercato estremamente importante. E questo progetto dimostra ancora una volta quanto sia importante unire le forze in difesa del Made in Italy”.

Nell'ambito della campagna "Enjoy, it's from Europe", avviata dall'Unione Europea per promuovere le Denominazione di Origine Protetta (DOP) e le Indicazioni Geografiche (IGP) fornendo informazioni sul sistema di qualità, il programma "Uncommon Flavors of Europe", giunto al suo terzo anno di programmazione, si è distinto per un'intensa attività di informazione e promozione dei tre prodotti testimonial di qualità europea avviando un dialogo diretto con i consumatori attraverso il web, i social media, la stampa e la TV. In particolare, nel triennio è stato realizzato un innovativo programma all'interno della grande distribuzione e nel mondo Ho.re.ca coinvolgendo i principali operatori del settore americani e canadesi.

Con oltre 5100 giornate promozionali in punti vendita delle maggiori catene e speciali azioni rivolte al trade, come con il concorso di successo LEARN & EARN, che ha messo in palio viaggi in Italia e realizzato un road show informativo per operatori nei diversi stati USA, “Uncommon Flavors of Europe” ha inoltre mostrato l'importanza di comunicare in maniera unitaria il MADE IN ITALY rafforzando il mercato dei prodotti agricoli europei di cui il Pecorino Romano DOP, il Formaggio Asiago DOP e lo Speck Alto Adige IGP sono rappresentanti d'eccellenza.