



KAMPAGNE FINANZIERT
MIT FÖRDERMITTELN DER
EUROPÄISCHEN UNION



Europäische Qualität in ihrer besten Form

Kommunikationskampagne für Pecorino Romano g.U. startet ins zweite Jahr

Düsseldorf, 23 Juni 2022 – Unter dem Motto "European Quality in its Best Form" – europäische Qualität in ihrer besten Form – startet die aktuelle Kommunikationskampagne für Pecorino Romano g.U. ins zweite Jahr. Die vom Konsortium zum Schutz des Pecorino Romano g.U. entwickelte und von der Europäischen Union kofinanzierte Kampagne verfolgt gleich zwei Ziele: Sie soll im Allgemeinen die Bekanntheit und Wiedererkennung europäischer Qualitätslebensmittel mit dem g.U.-Siegel erhöhen. Gleichzeitig soll sie die besondere Qualität der mit dem g.U.-Siegel ausgezeichneten Käsesorten am Beispiel des Pecorino Romano g.U. hervorheben. Die im April 2021 gestartete dreijährige Kampagne läuft parallel in Deutschland und Italien und richtet sich sowohl an Fachleute als auch an Verbraucher.

„Mit einem jährlichen Absatzvolumen von 1.700 Tonnen ist der deutsche Markt absolut strategisch für uns“, betont Gianni Maoddi, Präsident des Pecorino-Romano-Konsortiums. „Die Kommunikation im Rahmen der von der EU geförderten Kampagne gibt uns die Gelegenheit, unsere Wachstumsziele auf unseren beiden Hauptmärkten Deutschland und Italien zu verwirklichen. Dass wir bei der Projektvergabe in einem Feld von 27 europäischen Mitbewerbern den dritten Platz belegt haben, macht uns stolz und zeigt, dass wir mit unserem Kommunikationskonzept richtig liegen.“



KAMPAGNE FINANZIERT
MIT FÖRDERMITTELN DER
EUROPÄISCHEN UNION



Zubereitungsideen im Fokus des zweiten Kampagnenjahres

Auch im zweiten Kampagnenjahr stehen die vielfältigen Zubereitungsmöglichkeiten des Pecorino Romano g.U. im Vordergrund. Als Kampagnenbotschafter macht der Koch und Autor Stevan Paul mit Rezepten und Empfehlungen Lust auf Pecorino Romano g.U..

Damit noch mehr Küchenchefs auf die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten aufmerksam werden, wird in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Deutscher Köche e.V. den "Pecorino Romano Cup", einen Wettbewerb für angehende Köche organisiert. Bis zum 31. August 2022 können sich Teams von jeweils zwei Kochazubis ab dem zweiten Ausbildungsjahr mit einem kreativen Rezept bewerben, das den Pecorino Romano g.U. in den Mittelpunkt stellt. Eine Fachjury wählt aus den Rezepteinsendungen die kreativsten Teams aus, die zum Halbfinale am 9. Oktober und mit etwas Glück auch zum Finale am 10. Oktober 2022 in Frankfurt antreten dürfen. Detaillierte Informationen zum Bewerbungsverfahren können unter rgorowski@sopexa.com angefordert werden.

Außerdem können Auszubildende und Küchenprofis im kommenden Kampagnenjahr in vier Masterclasses mit Pecorino Romano experimentieren und dabei neue Geschmackserlebnisse kreieren.

Pecorino Romano g.U. in der digitalen Welt

Auch online steht im zweiten Kampagnenjahr alles im Zeichen der raffinierten Pecorino-Küche. Bei einem Workshop nimmt Kampagnenbotschafter Stevan Paul interessierte Foodblogger mit auf eine kulinarische Reise und inspiriert sie zu eigenen Content-Kreationen. Zusätzlich entwickeln ausgewählte Blogger raffinierte Rezepte und präsentieren diese auf ihren Plattformen.

Die Website www.enjoypecorinoromano.eu/de vermittelt weiter spannendes Wissen über den Pecorino Romano g.U. und seine Zubereitungsmöglichkeiten und informiert laufend über Neuigkeiten. Auch in den sozialen Netzwerken ist die Kampagne aktiv: auf Facebook unter [@EnjoyPecorinoRomanoDE](https://www.facebook.com/EnjoyPecorinoRomanoDE) und auf Instagram unter [@enjoypecorinoromano.de](https://www.instagram.com/enjoypecorinoromano.de).

Der Inhalt dieser Werbekampagne gibt ausschließlich die Meinung des Autors wieder und liegt in dessen alleiniger Verantwortung. Die Europäische Kommission und die Europäische Exekutivagentur für Forschung (REA) übernehmen keinerlei Haftung für die mögliche Verwendung der darin enthaltenen Informationen.



KAMPAGNE FINANZIERT
MIT FÖRDERMITTELN DER
EUROPÄISCHEN UNION



Botschaft des Präsidenten des Pecorino Romano Konsortiums

„Neben der Stärkung unserer Position auf den beiden Kampagnenmärkten Deutschland und Italien verfolgen wir zwei wichtige Ziele: Wir möchten bekannter machen, dass der Pecorino Romano g.U. sowohl pur – zum Aperitif, als Abschluss einer Mahlzeit oder als Vorspeise – als auch als Zutat in traditionellen und innovativen Rezepten verwendet werden kann“, präzisiert Gianni Maoddi die Kampagnenziele. „Der Pecorino Romano ist nicht nur ein Lebensmittel, sondern ein Produkt, dessen Geschmack viel über seine Herkunft erzählt. Man schmeckt seine Traditionen und die reine Luft, die unberührten und grenzenlosen Weiden, die kunstfertige Verarbeitung, die Geheimnisse, die seit Generationen weitergegeben werden, und die höchste Qualität – diesen wichtigsten und unverzichtbaren Wert, den wir alle mit unserer täglichen Produktion verfolgen. Tradition und Innovation sind unsere wesentlichen Eckpfeiler: Alles, was in der Vergangenheit war und zu einem Produkt geführt hat, um das uns die ganze Welt beneidet, ist unser wertvollstes Erbe“, betont Maoddi. „Dabei haben wir aber immer die Zukunft fest im Blick – bereit zu Innovationen und Experimenten, um neue Gaumen zu erobern und denjenigen, die einen unvergesslichen Käsegenuss suchen, neue Geschmackserlebnisse zu bieten. Mit unserer Kampagne 'Europäische Qualität in ihrer besten Form' wollen wir all dies erreichen, indem wir den Namen und die hohe Qualität der g.U.-Käse hochhalten, von denen der Pecorino Romano einer der ältesten, bekanntesten und am meisten geschätzten ist“, so Präsident Maoddi abschließend.

Pressekontakt:

scorona@sopexa.com