

LA CAMPAGNA

Il progetto "***Think Milk, Taste Europe, Be Smart!***" promosso dal sistema cooperativo della filiera lattiero-casearia italiana e presentato da *Confcooperative* intende migliorare il grado di conoscenza dei prodotti agricoli europei, attraverso la promozione della cultura produttiva del latte bovino e dei suoi derivati (formaggi e yogurt), valorizzando **gli alti standard europei** e la **grande tradizione** che contraddistingue il comparto lattiero-caseario.
Il Progetto – del valore di quasi due milioni di euro – ha durata **triennale (2021-2024),** è indirizzato ai paesi target **Italia e Germania** ed è realizzato grazie al co-finanziamento dalla **Commissione Europea** nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 (*Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli nel mercato interno*).

I MESSAGGI, IL TARGET, IL VISUAL

Il progetto ha l'obiettivo di valorizzare il settore lattiero-caseario, concentrandosi sulla **formazione e la sensibilizzazione dei consumatori e dei media**, anche attraverso il coinvolgimento di **opinion leader, foodblogger ed influencer**. L'obiettivo è quello di **aumentare la fiducia** dei cittadini, in particolare i più giovani, e proporre **un'informazione corretta, documentata ed aggiornata.**
I principali messaggi sono direttamente connessi al titolo del progetto "**Think Milk, Taste Europe, Be Smart!", un'esortazione/call to action**, che riassume in poche ed incisive parole (che divengono anche claim della campagna), gli elementi centrali del progetto: "**se vuoi essere Smart, pensa/informati su quello che consumi, scegli i prodotti europei**". Il titolo porta inoltre l'attenzione proprio sul prodotto **latte**.
Il *tone of voice* è diretto, informale, vuole infondere familiarità e fiducia ed è pensato per un **pubblico giovane,** così come **l'immagine coordinata** del progetto. Nelle diverse declinazioni, con differenti protagonisti e contesti, resta il filo condutture del **consumo di latte rivendicato come elemento distintivo e di appartenenza a una generazione vincente**. Le parole chiave richiamate nelle diverse interpretazioni sono tutti concetti positivi associati al consumo dei prodotti lattiero-caseari europei.

I PRODOTTI

Protagonista del progetto è il **latte bovino, con tutti i suoi derivati**, valorizzando l'intera filiera lattiero casearia del sistema cooperativo italiano quale esempio dell'eccellenza produttiva europea.
Fra i prodotti lattiero caseari meritano senza dubbio una menzione i **formaggi che si fregiano dei marchi europei DOP e IGP**: rappresentano ben il 50% dell'intera produzione casearia nazionale, settore in cui l'Italia detiene una leadership assoluta a livello mondiale

I VALORI

La campagna si concentrerà su alcuni **valori fondamentali** del latte e dei latticini prodotti nell'Unione Europea: **sicurezza, tracciabilità, qualità, proprietà nutrizionali, sostenibilità**.
La filiera lattiero casearia europea utilizza **tecnologie avanzate e investe in tecniche innovative**, con l'obiettivo di rendere la produzione, la distribuzione e il consumo degli alimenti sempre più **sicuri e sostenibili.**
L'Unione Europea dispone l'obbligo, in tutte le fasi di produzione, trasformazione e distribuzione, di poter **rintracciare gli alimenti**, così come i mangimi e le materie prime destinati alla produzione alimentare. Questo sistema è stato ideato e attuato per garantire la **sicurezza e la salubrità** dei prodotti in circolazione, con l'obiettivo di proteggere e salvaguardare la salute dei consumatori.
Il latte e i latticini *Made in EU* possiedono inoltre elevate **qualità e sicurezza**, mantenendo intatte le proprietà microbiologiche e organolettiche nonché tutti gli elementi nutritivi che li rendono così preziosi per una dieta bilanciata ed equilibrata.
Infine, i prodotti europei tengono in massima considerazione anche il **benessere animale**, tra le priorità degli standard produttivi dell'Unione Europea, che sono tra i più alti al mondo in materia.

Maggiori approfondimenti sul sito www.thinkmilkbesmart.eu

Il contenuto di questa campagna promozionale rappresenta soltanto le opinioni dell'autore ed è di sua esclusiva responsabilità. La Commissione europea e l'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA) non accettano alcuna responsabilità riguardo al possibile uso delle informazioni che include.

CONFCOOPERATIVE
CAMPAGNA FINANZIATA CON IL CONTRIBUTO DELL'UNIONE EUROPEA
L'UNIONE EUROPEA SOSTIENE CAMPAGNE CHE PROMUOVONO PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ
ENJOY IT'S FROM EUROPE