



## 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 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 conduttore 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](http://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.