

## IL COTECHINO E LO ZAMPONE MODENA IGP fanno più buone le tue idee

**P**er le feste, ma non solo. Zampone e Cotechino, tradizionalmente legati alle festività natalizie, queste due eccellenze della salumeria italiana possono essere inserite in un'alimentazione razionale ed equilibrata valida anche per le ricette di tutti i giorni. Questo il concetto chiave su

cui si è focalizzata la nuova campagna informativa promossa dal Consorzio di tutela Zampone Modena Cotechino Modena, che sarà "on air" da metà novembre a fine dicembre; un articolato e innovativo progetto di media mix che spazierà dalla stampa, alla tv, passando per il web. La campagna stampa, attraverso un layout dedicato al Cotechino Modena, si articolerà in diverse uscite su riviste ad elevata diffusione di cucina, di attualità e femminili. La creatività, sviluppata dall'agenzia Nadler Larimer & Martinelli, che ha come payoff "Cotechino Modena. Ogni giorno fa più buone le tue idee", suggerisce diversi modi per poter gustare in maniera semplice e veloce il Cotechino Modena IGP; tre ricette in linea con quanto consigliato dai nutrizionisti: basti pensare che un etto di Zampone (o

Cotechino) contiene circa 300 calorie, cioè circa l'equivalente di un etto di mozzarella. Questi layout creativi racchiudono appieno il messaggio che il Consorzio vuole trasferire al consumatore, ovvero che il Cotechino e lo Zampone Modena IGP, sebbene siano consumati abitualmente durante le festività natalizie, grazie alle loro peculiarità e al gusto inconfondibile, si dimostrano ottimi alleati in cucina tutto l'anno. La campagna TV vedrà il coinvolgimento delle emittenti Fox Life (SKY) e Real Time (digitale-terrestre): due canali in notevole crescita, fortemente orientati alle trasmissioni di cucina e alle responsabili di acquisto. Sul canale Fox Life, all'interno della trasmissione "In cucina con Giallo Zafferano", oltre all'inserimento di 56 live spot pianificati, verrà dedicata anche una ricetta al Cotechino Modena IGP. Su Real Time l'iniziativa prevede l'inserimento di 180 spot, la cui programmazione durerà 3 settimane, divisi su due formati (da 10 e 15 sec.) che apriranno e chiuderanno i break pubblicitari in diverse fasce orarie. Sul canale web, infine, il Consorzio ha investito su un progetto speciale sul portale giallozafferano.it, che conta oltre 4 milioni di visitatori unici al mese, in cui verrà pubblicata una sezione dedicata ai due prodotti che comprende una video-ricetta realizzata da Sonia Peronaci, due foto-ricette create dalla redazione di Giallo Zafferano e dieci ricette create dai food blogger del portale.

