

POLLI E TACCHINI ITALIANI: SCOPRI LA QUALITÀ SULL'ETICHETTA

Lupo Alberto entra in 5.500 macellerie come testimonial della campagna di informazione nazionale sull'etichettatura volontaria delle carni avicole, promossa e finanziata dagli Assessorati all'Agricoltura delle Regioni leader in questo comparto: Emilia-Romagna, Lombardia e Veneto.

Polli e tacchini italiani: scopri la qualità sull'etichetta. Questo lo slogan della campagna di informazione nazionale sull'etichettatura volontaria delle carni avicole promossa e finanziata dagli Assessorati all'Agricoltura delle Regioni Emilia-Romagna, Lombardia e Veneto, che oggi giunge al secondo atto. Infatti, dopo aver raggiunto i consumatori con messaggi informativi sui principali periodici e radio nazionali, la campagna sull'etichettatura volontaria delle carni avicole approda nei punti vendita.

L'obiettivo è quello di fornire maggiori indicazioni, in particolare in questo momento, a consumatori fortemente disorientati sull'origine e salubrità delle carni di pollo e tacchino presenti sul mercato, valorizzando il punto vendita quale "isola": di garanzia, informazione e sicurezza; nel contesto di un sistema di valori per cui le carni avicole italiane sono sicure perché certificate, rintracciabili e garantite proprio dal punto vendita.

Sono stati, dunque, realizzati e distribuiti in 5.500 macellerie delle Regioni: Emilia-Romagna, Lombardia e Veneto i seguenti strumenti di comunicazione:

- **Espositori da banco** contenenti **depliant informativi** sull'etichettatura volontaria e caratteristiche nutrizionali della carne avicola e **ricette di preparazioni gastronomiche** a base di pollo e tacchino, in formato cartolina, tratte da "Il Cucchiario d'Argento" dell'Editoriale Domus
- **Vetrofanie e locandine**

Inoltre, contestualmente alle giornate promozionali presso la GDO, organizzate in tutta l'Italia dalle principali aziende nazionali produttrici e distributrici di prodotti avicoli, saranno veicolati i depliant informativi e le cartoline-ricette.

Il materiale realizzato per i punti vendita, sotto la direzione creativa di Roberto De Martini – Agenzia Nouvelle, punta a rafforzare la fiducia dei consumatori verso i prodotti avicoli attraverso un testimonial d'eccezione: il simpatico Lupo Alberto creato dalla matita di Silver. Lupo Alberto, che di galline se ne intende, invita i consumatori a scoprire in etichetta la qualità di polli e tacchini italiani. Infatti, con il sistema di etichettatura volontaria adottato dai produttori italiani, i polli e tacchini nazionali sono sicuri e garantiti perché nascono e crescono in Italia, allevati esclusivamente a terra, liberi di razzolare in ambienti luminosi. Le loro carni sono gustose, leggere, con pochi grassi e ricche di proteine nobili.

L'etichettatura volontaria rappresenta, dunque, un sistema che si integra ed aumenta le indicazioni sull'etichetta obbligatoria - prevista dalla recente ordinanza del Ministro della Salute, emessa in agosto e in vigore da lunedì 17 ottobre - in quanto arricchisce l'informazione a disposizione del consumatore.

Garantire i consumatori sulla salubrità dei polli e tacchini di produzione nazionale, valorizzare i primati qualitativi e di sicurezza alimentare del Made in Italy con un'informazione trasparente sui prodotti, sostenere le aziende della filiera avicola e, infine, rilanciare i consumi sgombrando il campo da tante inesattezze e da ingiustificate paure, sono gli obiettivi che gli Assessorati all'Agricoltura delle Regioni: Emilia-Romagna, Lombardia e Veneto vogliono promuovere con il finanziamento di questa campagna d'informazione nazionale.

Perché la qualità e la sicurezza di polli e tacchini italiani è trasparente, basta leggere l'etichetta che contiene le voci d'eccellenza: *italiano* e *allevato a terra*.

Contact: Elena Artuso Tel.051361439- mobile 3498101480- press@creacomunicazione.com