



Asiago DOP in campagna tv con ‘Il sapore della nostra anima’. Dal 6 giugno al 25 luglio nel programma Sky ‘4 Hotel’ con Bruno Barbieri



A partire da giovedì 6 giugno **Asiago** DOP avvia una nuova campagna di comunicazione che punta ad esaltare l'eccellenza Made in Italy, fatta di caratteristiche uniche, tradizione e cura maniacale del dettaglio come quelle che contraddistinguono la specialità veneto-trentina. Per farlo, il **Consorzio** Tutela Formaggio **Asiago** sceglie di affiancare la seconda stagione della fortunata trasmissione “Bruno Barbieri 4 Hotel 2019” in onda su Sky Uno, che premia i migliori alberghi d'Italia per gusto, stile, servizi e attenzione alla clientela.

Per la prima volta, in occasione delle celebrazioni dei quarant'anni dalla sua costituzione, il **Consorzio** Tutela Formaggio **Asiago** percorre la strada di una campagna di comunicazione nel periodo estivo scegliendo un format di grande successo, “Bruno Barbieri 4 Hotel 2019”. Nelle otto puntate in onda dal 6 giugno fino al 25 luglio ogni giovedì alle ore 21.15 su Sky Uno, Bruno Barbieri, pluristellato chef già noto al grande pubblico per la sua presenza a Masterchef, svela la sua diretta esperienza nel campo dell'hôtellerie e vive in prima persona un viaggio alla scoperta di nuove ed entusiasmanti località turistiche mettendo di volta in volta, per ogni città selezionata, quattro albergatori in competizione, alla ricerca della migliore espressione del gusto e dell'ospitalità Made in Italy.

La nuova campagna TV, con il claim “Il sapore della nostra anima”, lo spot girato sull'Altopiano dei 7 Comuni che celebra il legame tra **Asiago** DOP e il suo territorio, si inserisce nell'azione di valorizzazione e differenziazione della specialità avviata nei mesi scorsi nei punti vendita della grande distribuzione organizzata e intende confermare, anche nel periodo estivo, la visibilità del prodotto presso un pubblico di clienti di alto profilo, giovane, amante della convivialità e particolarmente attento a scelte alimentari di qualità capaci di coniugare, come nel caso di **Asiago** DOP, benessere e naturalità coinvolgendo anche il settore dell'ospitalità e della ristorazione.

Il binomio vincente fra turismo ed enogastronomia è da sempre un punto fermo per il **Consorzio** Tutela Formaggio **Asiago**. In questa occasione, si è scelto di avvicinare persone che amano ed apprezzano tutte le sfumature del mondo del food di qualità e che, quando viaggiano, cercano

luoghi ed esperienze autentiche, in un giusto mix tra storia, tradizione, innovazione e attenzione ai dettagli. In questo percorso, il territorio e la ristorazione sono un importante veicolo di valorizzazione del cibo che il **Consorzio Tutela Formaggio Asiago** interpreta sia collaborando con location da sogno come le più belle ville venete, sia realizzando specifici progetti con qualificati chef nelle zone a maggiore vocazione turistica estiva, come, ad esempio, l'Altopiano di **Asiago** e le sue malghe o il litorale veneziano. Un percorso che vede una stretta collaborazione col mondo della ristorazione di qualità per far conoscere ed apprezzare l'indiscussa qualità del prodotto d'origine protetta veneto-trentino in tutte le sue sfumature a turisti ed appassionati.