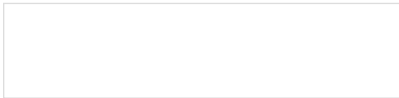


CAMPAGNE

## Asiago DOP in tv, online e al cinema per la campagna natalizia

*La campagna, firmata da Milk Adv e al via domenica, celebra il legame del prodotto con il territorio*

di **Simone Freddi** 23 novembre 2017



Un frame dello spot

L'**Asiago Dop** torna a celebrare lo stretto legame con il suo territorio **nella campagna di comunicazione natalizia**, al via domenica 26 novembre.

Al cuore della strategia di comunicazione del Consorzio Tutela Formaggio Asiago c'è uno spot firmato dall'agenzia vicentina **Milk Adv**, **che fino al 3**, che sarà veicolato **fino al 3 gennaio 2018 sulle reti Rai, in 572 sale cinematografiche e sul web**. Al digital è destinato **circa il 15% dell'investimento**. Il planning è gestito internamente.

Intitolato "**Il sapore della nostra anima**" lo spot è un viaggio nel cuore dell'Altopiano dei 7 Comuni narrato attraverso la sua straordinaria singolarità fatta di luoghi, uomini e animali, dove la bellezza è di casa e il rispetto delle tradizioni è il valore sul quale nasce, da sempre, con perizia, il formaggio Asiago Dop.

La nuova stagione di comunicazione del Consorzio Tutela Formaggio Asiago, programmata nel periodo delle festività natalizie, prosegue nella strategia avviata lo scorso anno, dove il medesimo spot raccolse l'ampio consenso dei consumatori e punta a consolidare la conoscenza di Asiago DOP diffondendo il valore di un formaggio naturale e buono, prezioso alleato della sana alimentazione, fatto di soli tre ingredienti: latte, sale e caglio.

La sinergia tra prodotto d'origine e territorio è una delle chiavi di promozione e valorizzazione dell'anima di Asiago DOP. Una scelta che vede ora, con il **nuovo progetto di merchandising** e lo shop on line all'indirizzo [shop.asiagocheese.it](http://shop.asiagocheese.it), amplificare l'opportunità di trasmettere i tratti distintivi di questo formaggio agli appassionati della specialità veneto-trentina di tutto il mondo.

Venendo ai credits, lo spot è stato realizzato con la direzione creativa di **Paolo Margonari**, art Alberto Cancian e Andrea Benacchio; copy Daniele Treu, account executive Giulia Regretti, regia Leonardo Modonutto e Luca Chinaglia; post e color Gianandrea Sasso-Transmedia Production, sound design The Basement e food stylist Giorgio Gramegna.

In tv il commercial sarà diffuso in tv nei formati 15", 30" e 60"; su web, in formato 60".