Tornatore e Morricone nel nuovo spot di Grana Padano

gp-apertura-47de0eb7

Parte la nuova campagna promozionale del Grana Padano, con uno spot firmato da Giuseppe Tornatore sulle note musicali di “Gabriel’s Oboe” di Ennio Morricone.

“Se i luoghi dove lavoriamo, i prodotti che realizziamo, i cibi che mangiamo, la loro qualità e il modo in cui lo facciamo, ci rappresentano, allora il Grana Padano è la denominazione di origine protetta che caratterizza la nostra identità e che ogni giorno rafforza i valori in cui crediamo. Oggi più che mai questo formaggio è un simbolo nazionale e il suo gusto ineguagliabile è il custode di tradizioni, di culture e di stili di vita che hanno fatto innamorare il mondo.”

Con queste parole, **Renato Zaghini**, presidente del Consorzio Tutela Grana Padano, commenta la campagna di comunicazione internazionale che sarà on air da ottobre prossimo. Per la prima volta, in linea con le nuove strategie di marketing del Consorzio, la comunicazione sarà trasversale su tutti i mezzi: tv, radio, stampa e digital, in Italia e nei paesi della “Golden area europea”: Francia, Germania, Spagna, Belgio, Svizzera e Regno Unito.



A dare un **valore esclusivo alla campagna è lo spot**, girato nei luoghi storici dell’abbazia cistercense di Chiaravalle, dove i monaci nel Medioevo misero a punto la ricetta, e nelle terre dove è prodotto e stagiona oggi il Grana Padano. Due i premi Oscar

coinvolti nella realizzazione: la regia del filmato è di Giuseppe Tornatore sulle note musicali del brano “Gabriel’s Oboe” di Ennio Morricone.

“Abbiamo fortemente voluto che fosse affidata a due portabandiera dei valori italiani, icone mondiali dell’arte cinematografica, la rappresentazione visiva e sonora del Grana Padano. – è il commento di **Stefano Berni**, direttore generale del Consorzio. *Personaggi incomparabili, maestri per genio, professionalità e fama, in grado di restituire al pubblico che ci sceglie, le emozioni che sono racchiuse nel gusto unico, italiano, del nostro formaggio”.*

“La campagna” – puntualizza Stefano Berni– *“sarà anche l’occasione per mostrare in Italia e all’estero il restyling del logo Grana Padano che andrà a contraddistinguere le prossime confezioni e che era immutato dal 1954. Sarà un logo più moderno, adeguato agli stili di comunicazione, con la quale viene sottolineata, anche mediante il lettering appositamente progettato, l’unicità del nostro formaggio.”*



Dal 2 al 4 ottobre, in Italia, saranno on air le **due speciali director’s cut** del Maestro Tornatore: una di 30 e una di 45 secondi. Dal 5 ottobre, sempre in Italia, andranno in onda le versioni da 60, 30 e 15 secondi. Dal 9 ottobre lo spot sarà trasmesso sulle tv nazionali dei Paesi target.

“Vedendo la campagna di comunicazione” – conclude il presidente Renato Zaghini – *“ho apprezzato lo stile “classico” su cui si basa la narrazione in perfetta armonia con i valori fondanti della cultura italiana che altrimenti rischiano di disperdersi. Ho apprezzato il concetto della condivisione di questi valori che evocano i luoghi dove nasce* ***Grana Padano****, la maestria dei casari, le tradizioni, la cultura, l’allegria della tavola, il benessere, la passione per la cucina, la pazienza e la generosità delle nostre genti".*

“L’idea creativa centrale di questa pubblicità,” – conclude anche il direttore Stefano Berni – *“espressa con l’abbraccio, uno dei gesti umani emotivamente più potenti che esistano, di cui il mondo intero ha un grande bisogno, specialmente in questo momento storico, ha, a mio avviso, centrato in pieno l’obiettivo che ricercavamo, ovvero quello di raccontare il significato di un formaggio, dal sapore unico, che rappresenta per tutti noi un’emozione italiana”.*