La nuova campagna S.Pellegrino a supporto del fuoricasa

social-menu-720aab21

È trascorso oltre un anno dal primo lockdown in Italia. Da allora ristorazione e ospitalità hanno vissuto sulle montagne russe: non solo è stata messa alla prova la stabilità di un settore di valore strategico, ma anche quella di un'intera filiera produttiva che ha sofferto profondamente lo stop del mondo Ho.Re.Ca. Per valorizzare il talento, le competenze, il capitale umano, autentico patrimonio di ogni ristorante, S.Pellegrino lancia "SOCIAL MENU per #SupportRestaurants", la nuova campagna internazionale dedicata al mondo della ristorazione. un patrimonio a forte rischio di dispersione se dovesse prevalere il clima di incertezza. Obiettivo della nuova campagna digitale è dare visibilità e protagonismo a tutti i professionisti della ristorazione - non solo chef e pizzaioli ma anche personale di sala, maitre, sommelier, bartender - che rendono unica la nostra esperienza a tavola, fuoricasa.

"Mai come in questo momento, sentiamo il dovere di fare la nostra parte - ha affermato **Stefano Marini** AD del Gruppo Sanpellegrino - *per favorire la ripartenza ed essere vicini al mondo che amiamo e ai nostri clienti. Per questo S.Pellegrino, torna in campo dando nuovo impulso al movimento #SupportRestaurants, il grande "mosaico" di iniziative e aiuti concreti su scala globale che ha preso avvio lo scorso giugno come prima risposta all'emergenza. Il nuovo programma è ambizioso: un importante progetto di comunicazione digitale, un #SocialMenu per aprire un confronto diretto tra le community online dei #foodlovers, chiamati a sostenere i propri ristoranti del cuore, e i protagonisti del settore che rendono unica l'esperienza al ristorante. Una campagna a cui teniamo molto e che si arricchirà di altre iniziative già nelle prossime settimane."*

[embed width="560"]https://youtu.be/Mpb8Beqg9NQ[/embed]

La campagna - che popolerà le properties digitali del brand e sarà amplificata da contenuti speciali sul sito e sul magazine Finediningglovers - vivrà attraverso una serie di call to action a cui la community potrà rispondere compiendo semplici azioni digitali. Seguire i profili social dei ristoranti del cuore e dei maestri dell'ospitalità, interagire con loro, condividere i migliori momenti a tavola e invitare gli amici a

fare lo stesso, sono azioni che possono contribuire a fare la differenza dando visibilità e fiducia a chi ha saputo emozionarci e continuerà a farlo, regalandoci momenti unici a tavola.

“SOCIAL MENU per #SupportRestaurants” inaugura una nuova stagione di iniziative nel solco di quanto sviluppato nel 2020, quando S.Pellegrino rispose alle prime drammatiche conseguenze della pandemia con azioni tangibili: donando ad esempio, in Italia, 1 milione di euro in prodotto e garantendo, sul piano internazionale, il proprio sostegno a iniziative di valore. Fra queste, 50 Best for Recovery, una raccolta fondi senza precedenti, alla quale S.Pellegrino e Acqua Panna hanno partecipato in qualità di founding donor e il cui ricavato è stato destinato ad associazioni no-profit e organizzazioni filantropiche attive in ben 38 Paesi.