

“Cotto al dente, gusto ed energia”: “nuovo format tv per Next14 su Food Network. Tra i protagonisti: Foodspring, Sojasun, Mielizia, Céréal, Olio Pantaleo e Acqua San Bernardo.

Milano, 22 Settembre 2022 – Ogni domenica, a partire dal **25 Settembre dalle ore 10**, per tre settimane, andrà in onda su Food Network, canale 33, **“Cotto al dente, gusto ed energia”**, il programma che vede protagonista il dentista e food influencer **Davide Campagna (@cottoaldente)** e prodotto dalla **concessionaria del gruppo Warner Bros. Discovery e Next Studios**, la content agency del **gruppo Next 14**.

In ogni episodio, Davide ci accompagna in un percorso di benessere partendo da consigli di cucina semplice, gustosa e sana composta **da ingredienti 100% genuini, con l’obiettivo di arrivare a uno stile di vita più attivo**: lo seguiamo all’interno della sua routine quotidiana fatta di sport e costante ricerca per realizzare nuovi piatti, dai più semplici ai più elaborati, da dedicare alle occasioni speciali.

“La mia missione è portare quante più persone possibili a cambiare il proprio stile di vita, partendo proprio dalla tavola. Nessuna rinuncia, nessuna costrizione; solo il piacere di riscoprire la gioia nel cibo e nello sport”
- Davide Campagna(@cottoaldente)

Grazie al coinvolgimento di Davide, nato grazie alla collaborazione con la talent agency Show Reel Factory, verranno presentate in ogni puntata ricette sempre diverse spiegando il motivo della selezione di determinati ingredienti, utilizzando i prodotti **Sojasun, Céréal, Foodspring, Mielizia, Acqua San Bernardo e Olio Pantaleo**, perfettamente inseriti all’interno del progetto grazie all’affermata expertise di Next 14 in ambito **brand integration**, valorizzando al meglio la presenza dei brand all’interno del programma e sulle pagine social di Davide.

I prodotti presentati all’interno del format si inseriscono perfettamente in un percorso strategico che punta a **rafforzarne la brand identity**, mirando ad inquadrare i brand proposti come dei **preziosi alleati** all’interno della routine di Davide, sia in termini di alimentazione che di fitness: il tutto per valorizzare gli asset di comunicazione per **far immergere completamente l’audience all’interno della sfera di valori dei brand**.

Chiara Andreani, BU Manager di Triballat Italia ha dichiarato:

"L'investimento nel nuovo format condotto dal food & fitness influencer Davide Campagna, già volto e portavoce del brand da alcuni anni, andrà a rafforzare la brand identity di Sojasun, puntando alla valorizzazione della healthy routine, frutto del connubio tra alimentazione sana e gustosa e movimento"- e continua - "La collaborazione con Cotto al Dente nasce già nel 2019 con la messa a terra della strategia digital per Sojasun, studiata dalla società di comunicazione LIFE, nostro partner storico, che ha fortemente creduto nell'influencer, poiché rispecchia i valori ed esprime a tutto tondo l'identità del brand e dei suoi prodotti vegetali".

Mielizia: *"Mielizia ha collaborato con Davide, "Cotto al Dente", sin dai suoi esordi, attraverso un lavoro condiviso per la creazione di ricette, video ricette e contenuti dal taglio "fit". Sono tanti i valori che ci accomunano e quello del programma TV è un progetto che abbiamo abbracciato con grandissima soddisfazione e che segna un traguardo per entrambi, nella consapevolezza che i grandi risultati, un po' come le maratone, richiedono grande impegno e costanza"*

Acqua S.Bernardo: *"Acqua S.Bernardo è felice di accompagnare Davide Campagna nella sua trasmissione "Cotto al Dente - Gusto ed energia" perché ben rappresenta il nostro modo di intendere la vita: uno stile fatto di cose buone e al tempo stesso sane. S.Bernardo conosce bene il valore di dare il "carburante" giusto al nostro organismo. Seguendo queste semplici regole, i risultati non possono mancare, come siamo certi non mancheranno a questo bel format!"*

Foodspring Italia: *"Foodspring Italia ha sempre creduto in Davide e nel progetto Cotto al Dente - Da anni è nostro ambassador ed ha sempre rappresentato ciò che sono i nostri valori fondamentali, oltre che il nostro mindset: mangiare sano e stare in forma, per essere sempre la versione migliore di noi stessi. Supportandolo e seguendolo anche in questa nuova avventura, abbiamo raggiunto un nuovo livello di partnership tra la nostra realtà e la sua, che aggiunge un altro tassello fondamentale per continuare a crescere insieme in futuro"*

Céréal: *"Céréal ha trovato in Davide Campagna un validissimo partner che incarna gli stessi valori e del nostro brand: l'importanza di un'alimentazione naturale, sana e gustosa insieme all'attività fisica sono la ricetta per una vita attiva e in salute!"*

Davide con la sua fantasia e savoir faire li prepara e li presenta in modo frizzante ed innovativo... e soprattutto gustoso!

About Next 14

Next 14 è un nuovo modello di Agenzia, leader nelle marketing technologies, che unisce dati e creatività, fisico e digitale. Attraverso le unit Media, Strategy, Studios, Commerce e Publisher, che presidiano le aree più strategiche del marketing contemporaneo, offre ai Clienti progetti e soluzioni che restituiscono risultati concreti e misurabili. Con circa 35 milioni di euro di fatturato, è attiva in Italia e Spagna.

Ufficio Stampa

Chiara Bardellotto

chiara.bardellotto@next14.com

M: +39 342 7478221

Ulteriori credits

Life - www.gruppolive.com

Life è una società di comunicazione integrata, multidisciplinare e indipendente, con un team di oltre 50 professionisti, per offrire una consulenza strategica mirata alla valorizzazione del brand. Tra le più longeve e storiche a livello nazionale, "Independent Thinking" è il pay off che contraddistingue Life sul mercato, a sottolineare il valore del "pensare indipendente" della società. Da oltre 40 anni, Life supporta, attraverso l'utilizzo dei più qualificati strumenti di pianificazione, la comunicazione delle aziende in chiave valoriale e fortemente innovativa.