



La D.O. Queso de Roncal inicia la campaña “Be Creative” en centros comerciales y se estrena en redes sociales

La Denominación invita a los consumidores a crear su propia receta de queso Roncal y ganar premios por su participación, en una campaña que durará seis meses

29 de abril de 2013. La [D.O. Queso de Roncal](#), invita a los consumidores a ser creativos en la cocina y ganar premios con su nueva estrategia de comunicación. “BE Creative” será la primera acción que se va a celebrar en los Hipermercados de Eroski en Iruña/Pamplona y Tudela los próximos 3 y 4 de mayo. Con dicha acción se dará la oportunidad a los consumidores de crear sus propias recetas con queso de esta denominación Roncal en stands preparados y abiertos al público, e invitar a sus amigos a probarlas. Para ello dispondrán de diferentes variedades de queso, de frutos secos, frutas, mermeladas y otras materias primas, así como los instrumentos de cocina necesarios para poder elaborar sus pinchos, snacks, tostadas, cremas, postres o batidos.

Los participantes en este evento contarán con la colaboración de un cocinero profesional que guiará y aconsejará al nuevo “chef” en la elaboración de su propia receta.

La D.O. Queso de Roncal, se lanza a las redes sociales, concretamente Facebook y Twitter, con 101 recetas

Esta Denominación entra en las redes sociales y crea su página en Facebook y su cuenta en Twitter para animar a los seguidores a que cuenten sus diferentes formas de consumir Queso D.O. Roncal. Con estas aportaciones se elaborará un recetario “digital” que se denominará las “Ciento y una recetas” que se podrá descargar al final de la promoción desde la web [Reyno Gourmet](#).

Quincenalmente se sortearán lotes de Queso D.O. Roncal entre todos los participantes que se enviará a su domicilio.

Esta campaña de la D.O. Roncal va a durar seis meses, con acciones de promoción en las Redes sociales, en medios de comunicación locales, Centros comerciales, blogs y páginas especializadas.

El objetivo de estas acciones de promoción online es divulgar las características específicas de este queso, su producción y elaboración, aprovechando las posibilidades de internet y las redes sociales para ofrecer la información de una manera más directa y participativa. Se pretende lograr una comunicación más fluida con los consumidores, tanto locales como globales, de este producto.