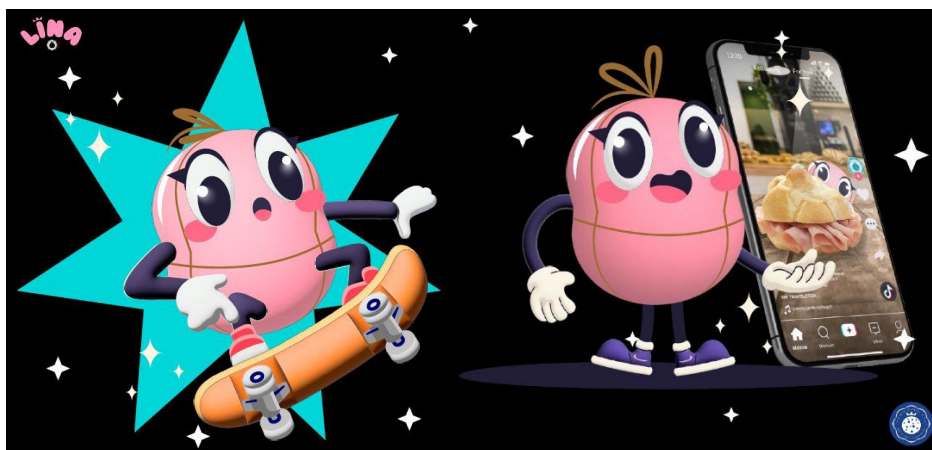


LA MORTADELLA BOLOGNA IGP APPRODA SU TIK TOK CON “LINA L’INFLUENCER”



Logica evoluzione della strategia digital, avviata dal Consorzio tre anni fa, con il vantaggio di intercettare e coinvolgere il target della generazione Z, per divulgare la filosofia della Regina rosa dei Salumi “Godersi la vita”

Bologna, 22.01.2024 – Il 2024 inizia con una novità per il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna che annuncia l’esordio su **Tik Tok**, uno dei social network più utilizzati del momento, che in Italia ha raggiunto la cifra di **19,7 milioni di utenti**, con grande diffusione fra i più giovani.

TikTok si caratterizza per la possibilità di pubblicare brevi video divertenti, partecipare a sfide (challenge), seguire i trend estemporanei (tormentoni in tendenza), creare contenuti accattivanti, il tutto con un alto tasso di creatività.

Dopo una prima fase di analisi e studio di fattibilità – curata dall’agenzia di comunicazione **FGMC** – volta a valutare la conformità del canale social con gli obiettivi di comunicazione del Consorzio, il mese di gennaio segna il lancio del progetto pilota **“Lina l’influencer”**.

Il Consorzio, per questo esordio, punta fortemente su **LINA**, la mascotte-gadget della Mortadella Bologna IGP già presente, da qualche anno, nelle attività off-line (eventi, Fabbrica della Mortadella presso FICO a Bologna, merchandising) e che, grazie ad un lavoro di animazione, diventa protagonista di contenuti dal potenziale virale su Tik Tok.

Con il suo carattere vivace, irriverente, esuberante e curioso, **LINA sarà la protagonista di contenuti coinvolgenti e dal forte impatto**: ricette, educative, giochi, interazioni, reaction ai video editati da altri content-creator a tema Mortadella, il tutto contraddistinto sempre da un approccio simpatico ed empatico, pur interpretando ed esprimendo al massimo i valori del Consorzio e dell’Indicazione Geografica.

L'entrata del Consorzio su TikTok darà l'opportunità di **dialogare con un target più ampio di giovani e giovanissimi**, più innovativi rispetto agli utilizzatori dei social dell'universo META (Facebook, Instagram).

*“Dopo i risultati raggiunti dalla svolta digital avviata dal Consorzio tre anni fa col nuovo sito web, la newsletter e l'apertura dei canali social Facebook ed Instagram era logico e consequenziale approdare su Tik Tok innanzitutto perché ci consente di coinvolgere al meglio il target della generazione Z che ha scelto Tik Tok come sua piattaforma di riferimento, perché è lì che può mettere in atto la ricerca della gioia e spensieratezza come fonte di benessere (trend 2023 rilevato dal What's Next Report di Tik Tok) modalità di fruizione in linea con la filosofia della Regina rosa dei salumi 'Godersi la vita' – dichiara **Guido Veroni**, presidente del Consorzio che prosegue – ma anche perché LINA l'Influencer è il tool ideale per cogliere e interpretare i trend del momento e, attraverso la sua simpatia e la sua iconicità, rafforzare la Brand Awareness della Mortadella Bologna IGP attraverso l'instant marketing”.*

Il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna

Il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna si è costituito nel 2001, a seguito del riconoscimento dell'IGP alla Mortadella Bologna - avvenuto nel 1998 - e al conseguente avvio della certificazione da parte dei produttori. Il Consorzio, che ha come scopo la tutela e la valorizzazione della Mortadella Bologna IGP, in collaborazione con il Ministero per le politiche agricole, alimentari e forestali promuove la Mortadella Bologna IGP e svolge attività di difesa del marchio e della Denominazione dalle imitazioni e dalle contraffazioni.

Il Consorzio garantisce un'alta qualità di base che ogni produttore migliora secondo la propria esperienza e professionalità. Un'attività costante che ha come unico obiettivo, che è anche la finalità di tutte le aziende, con i loro marchi, di garantire ai consumatori un prodotto dalle caratteristiche uniche per qualità e gusto, un prodotto ad alto valore nutrizionale, con una composizione di proteine nobili, minerali e grassi insaturi perfettamente in linea con le tendenze della moderna scienza nutrizionale.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa: Augusto Cosimi – cosimi@isitsalumi.it Tel 02 8925901 - Cell 335 7271526