



# CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

**REGIONE EMILIA-ROMAGNA - PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE E PIANO STRATEGICO NAZIONALE DELLA PAC (P.S.P.) 2023-2027. REG. (UE) N. 2115/2021 - INTERVENTO SRG10 "PROMOZIONE DEI PRODOTTI DI QUALITÀ" - ANNO 2023**

**BENEFICIARIO DEL SOSTEGNO:** CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

**AUTORITÀ DI GESTIONE:** REGIONE EMILIA-ROMAGNA, DIREZIONE GENERALE AGRICOLTURA, CACCIA E PESCA

**IMPORTO DEL SOSTEGNO:**

**SPESA AMMESSA:** EURO 300.000

**CONTRIBUTO:** EURO 210.000

## **Descrizione e Finalità dell'intervento**

Il Consorzio Italiano tutela Mortadella Bologna ha presentato un progetto che è stato ammesso con determinazione n. 2599/2024 al sostegno da parte del PSP Regione Emilia-Romagna 2023-2027, intervento SRG10.

L'obiettivo principale dell'attività consortile è quello di intercettare e educare alla conoscenza e al consumo della Mortadella Bologna IGP il più ampio target possibile sia a livello nazionale che internazionale, tra cui, i consumatori francesi, della nazione europea dove questo salume tutelato riscontra maggiori risultati a livello di vendite e penetrazione fra i consumatori. Le attività che si andranno a realizzare sono:

## **ITALIA: ACQUISTO DI SPAZI PUBBLICITARI SU RADIO**

Il mezzo radio:

- ✓ è lo strumento più idoneo ad assicurare una buona copertura del target identificato;
- ✓ consente di divulgare efficacemente informazioni e descrizioni della Mortadella Bologna IGP;
- ✓ consente di selezionare il target di ascoltatori in modo più preciso: grazie alla possibilità di scegliere le stazioni attraverso le quali trasmettere lo spot, è possibile targettizzare il pubblico a cui è diretto il proprio messaggio pubblicitario tenendo conto di parametri quali: l'affinità anagrafica e gli interessi con il servizio proposto.

Il Consorzio intende pertanto investire sul mezzo radiofonico acquistando spazi pubblicitari per 4 settimane sulle emittenti nazionali. Il messaggio della campagna di informazione e promozione – che verrà sintetizzato in uno spot della durata di 30 secondi – risulterà coerente con gli obiettivi specifici, focalizzandosi su alcuni elementi:

- la Denominazione Mortadella Bologna e l'Indicazione Geografica Protetta, evidenziati con l'intento di educare i consumatori a cercare e richiedere i prodotti di qualità certificata, favorendone così il consumo e stimolando il consumatore a ricercare il logo comunitario IGP e quello del Consorzio;
- le caratteristiche della Mortadella Bologna e i suoi elementi distintivi, come gli ingredienti;
- l'alta qualità del prodotto perché fatto con una "ricetta tradizionale", semplice e genuina.

Gli spazi pubblicitari consentiranno di raggiungere i seguenti indicatori di performance:

- GRP (Gross Rating Point): si stima verranno sviluppati 1.163,40 GRP.



# CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

- Frequenza media (OTS): indica il numero medio di volte che un individuo è esposto alla campagna; la frequenza media è 18,4.
- Copertura: indica la quota percentuale di target group raggiunto dal mezzo; la copertura del piano è del 63%, pari quindi a 15.229.620 ascoltatori raggiunti.
- Affinità: è 127. Significa che l'incidenza del target tra gli utilizzatori di un mezzo supera del 27% quello medio

## **FRANCIA: REALIZZAZIONE MATERIALE INFORMATIVO E PROMOZIONALE E SVILUPPO DEL SITO WEB**

Il Consorzio ritiene quindi opportuno realizzare materiale informativo e promozionale sul digital in Francia che permetta così di accrescere il posizionamento della Mortadella Bologna IGP in questo mercato, per raggiungere il target in modo diretto ed efficace, "conquistare" i consumatori e informarli con emozione, coinvolgimento e simpatia, senza tuttavia trascurare la razionalità e l'autorevolezza che il Consorzio deve trasmettere.

In particolare, si è scelto di promuovere in Francia la Mortadella Bologna IGP attraverso la veicolazione di n.25 ricette originali. Per ogni ricetta dovranno essere realizzate n.2 immagini fotografiche e registrato n.1 video. I contenuti sviluppati e tradotti verranno quindi inseriti sul sito web [www.mortadellabologna.com](http://www.mortadellabologna.com), nella sezione in lingua francese, e promossi mediante l'acquisto di spazi pubblicitari su internet in Francia.

Di seguito si descrivono le singole azioni.

## **PRODUZIONE IMMAGINI FOTOGRAFICHE E PRODUZIONE E REGISTRAZIONE VIDEO**

Allo scopo di realizzare materiale informativo e promozionale atto a dialogare con il target francese, oltre che per implementare il database video-fotografico, il Consorzio ha intenzione di realizzare un nuovo shooting video-fotografico, attraverso la produzione e registrazione di 25 nuove video ricette e 50 nuovi scatti fotografici.

## **TRADUZIONE IN FRANCESE**

Ogni ricetta dovrà essere tradotta in lingua francese affinché possano essere inseriti i sottotitoli nei video e per arricchire la sezione francese del sito web.

## **SVILUPPO DEL SITO WEB**

A seguito della produzione del database video-fotografico, verrà sviluppata l'area del sito web consortile che le ospiterà.

Già presente in lingua francese, nella sua forma base che fa riferimento alle informazioni istituzionali più importanti, il sito web verrà arricchito con lo sviluppo della sezione ricette [www.mortadellabologna.com/fr/recettes/](http://www.mortadellabologna.com/fr/recettes/) grazie al caricamento delle 25 nuove ricette.

Attraverso lo sviluppo dei contenuti della sezione ricette in lingua francese e la conseguente promozione nella rete Web e Digital, si punta ad incrementare gli accessi al sito, ottenendo circa 50.000 nuovi utenti.

## **ACQUISTO SPAZI PUBBLICITARI SU INTERNET**

L'idea alla base delle attività di promozione che il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna ha interesse a realizzare prevede l'acquisto di spazi pubblicitari su internet che si svilupperà



# CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

contemporaneamente nel circuito Google e Meta (Facebook ed Instagram). Negli spazi acquistati verranno veicolati “annunci sponsorizzati”, differenziati a seconda dei differenti canali internet oggetto della promozione, che avranno come obiettivo il Drive to Site, ovvero indirizzare gli utenti francesi – grazie alla presenza di un link su ogni post – al sito [www.mortadellabologna.com/fr/recettes/](http://www.mortadellabologna.com/fr/recettes/).

L'acquisto di spazi pubblicitari attraverso Google Display dà la possibilità di raggiungere gli utenti mentre navigano su milioni di siti web e app di proprietà di Google e consente di migliorare la brand awareness grazie alla veicolazione di contenuti in modalità “banner pubblicitari” con un mix di foto/video/testi per attirare l'attenzione dell'utente.

L'acquisto di spazi pubblicitari attraverso il Network Meta consente invece di veicolare post sponsorizzati sui social network Facebook e Instagram.

In particolare, attraverso Google Display si prevede di raggiungere i seguenti obiettivi:

- o Click al link: 160.000 utenti
- o Impression: 6.500.000

L'attività sul network Meta (social Facebook e Instagram) consentirà invece di raggiungere i seguenti risultati:

- Copertura: 1.000.000 di utenti unici
- Click al link: 80.000

## ITALIA: MATERIALE PROMO-PUBBLICITARIO

Per sfruttare al meglio l'investimento sulla produzione visiva del Consorzio si è giunti alla decisione di creare un ricettario dalla tiratura esclusiva, contenente una selezione delle migliori ricette a base di Mortadella Bologna IGP.

Con una foliazione di almeno 52 pagine con copertina, la struttura del ricettario permetterà ai lettori, attraverso una approfondita introduzione (10 pagine) riguardante cenni storici, nozioni specifiche e curiosità, di conoscere i sistemi di qualità dell'Unione Europea, le caratteristiche nutrizionali, la qualità della Mortadella Bologna e aumentare la consapevolezza sui vantaggi ambientali legati all'utilizzo di tecniche di produzione sostenibili previste dai regimi di qualità. Le restanti 40 pagine conterranno invece foto e ricette “side by side”.

Essendo la tiratura in 1.700 copie limitate ed esclusive, lo scrivente Consorzio, si dedicherà alla progettazione di tale raccolta, in collaborazione con una Agenzia creativa che si occuperà dell'elaborazione tecnica e grafica (impaginazione e della realizzazione della veste grafica), scegliendo materiali ricercati e uno stile raffinato per poi procedere con la concretizzazione del ricettario, avvalendosi di uno stampatore che lo possa rilegare con finiture di pregio.

FEASR: [https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development\\_it](https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development_it)

