



ALLE AZIENDE PRODUTTRICI DI MORTADELLA
BOLOGNA IGP
SALAMINI ITALIANI ALLA CACCIATORA DOP
ZAMPONE E COTECHINO MODENA IGP

LORO SEDI

- ➡ ***AL TITOLARE O LEGALE RAPPRESENTANTE***
- ➡ ***EXPORT MANAGER SVIZZERA E REGNO UNITO***
- ➡ ***RESPONSABILI MARKETING***

CIRCOLARE CONGIUNTA N° 08

Rozzano, 17 aprile 2024

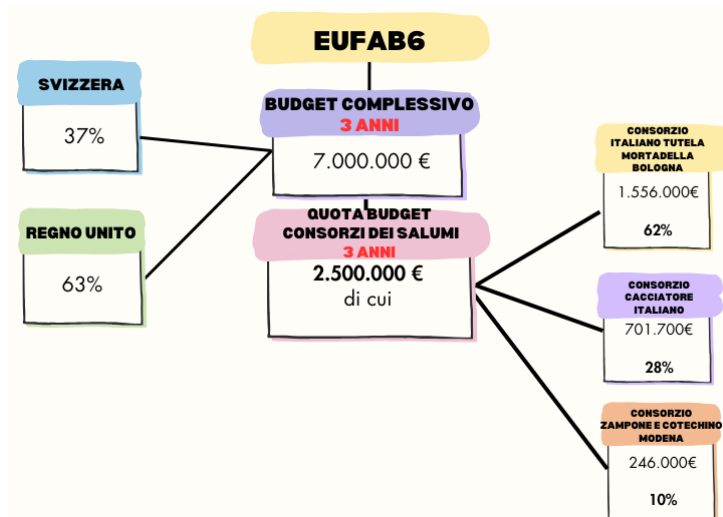
**SVIZZERA E REGNO UNITO: AVVIO DEL PROGETTO EUROPEO “EUFAB6” CON
COINVOLGIMENTO ATTIVO DELLE AZIENDE CONSORZiate**

Spett.le Azienda,

con la presente Vi informiamo che è in fase di avvio il progetto co-finanziato dall’Unione Europea “The EU Fab 6 – Savour the PDO and PGI Wines and Deli Meats from Europe”, che si svolgerà in UK e in Svizzera, e a cui partecipano i 3 Consorzi dei salumi tutelati.

A differenza dei precedenti progetti UE, questo è un programma “Multi”, ovvero che coinvolge anche consorzi di altri comparti e altri Paesi membri. In particolare, partecipano i consorzi dei vini comunitari Consorzio tutela Vini d’Abruzzo, Asociación para la promoción del vino de Garnacha, ODG des Premieres Côtes de Bordeaux et Cadillac. Tuttavia, le attività dei vari consorzi risultano indipendenti una dall’altra e quindi le azioni dei 3 Consorzi saranno autonome.

Di seguito uno schema riepilogativo del budget triennale a capo dei 3 Consorzi dei salumi tutelati:





Di seguito sono illustrate brevemente le attività che si svilupperanno per i 3 Consorzi nella prima annualità di “EU FAB6” e che verranno perfezionate con il coinvolgimento degli export manager delle vs. aziende, suddivise in base ai target di riferimento.

TARGET MEDIA E TRADE OPERATORS

GALA DINNER: nel mese di ottobre, a Londra e a Ginevra, verranno realizzate due cene esclusive per presentare la campagna alla stampa, ai Media e a un gruppo selezionato di buyer e distributori e porre così le basi per future collaborazioni in Regno Unito e Svizzera. L’investimento previsto dai 3 Consorzi per questa attività è di circa 38.000€.

VIAGGI STUDIO IN ITALIA: verranno organizzati 2 educational tour previsti per l’autunno 2024 di 5 giorni in Italia – uno dedicato a 9 partecipanti provenienti dal Regno Unito e uno dedicato a 6 partecipanti provenienti dalla Svizzera – scelti tra food blogger, giornalisti e buyer/operatori Trade. Il budget stanziato dai 3 Consorzi per queste attività ammonta a circa 45.000€.

Importante sarà che le aziende segnalino i buyer e i distributori da invitare ai 2 gala dinner quanto prima.

TARGET MEDIA E CONSUMER

DEGUSTAZIONI E PROMOZIONE NELLA GDO: nel Regno Unito verranno attivate partnership con catene della Grande Distribuzione Organizzata per organizzare almeno 300 giornate di promozione con l’obiettivo di coinvolgere almeno 90.000 consumatori. In Svizzera saranno organizzate almeno 84 giornate di promozione durante le quali ci si auspica di raggiungere minimo 25.000 consumatori. In entrambi i Paesi, i punti vendita saranno allestiti con un corner della campagna, espositori e rotair dove saranno distribuiti i materiali di comunicazione e fatti degustare i prodotti DOP/IGP.

Per questa attività, che partirà nel mese di settembre, il budget stanziato dai 3 Consorzi è di circa 288.000€.

Importante che le aziende segnalino tempestivamente i nominativi delle catene della GDO che vorrebbero coinvolgere.

ADVERTISING STAMPA e WEB: l’ufficio stampa verrà integrato da una campagna ADV sui mezzi stampa e online.

In entrambi i Paesi verranno coinvolti anche alcuni influencer che si faranno portavoce della campagna creando contenuti dedicati alle produzioni tutelate.

Per la pubblicità sul web è stato destinato un budget complessivo da parte dei 3 Consorzi di circa 142.000€, mentre per quella sul mezzo stampa sono stati stanziati circa 68.000€.



UFFICIO STAMPA E MATERIALE DI COMUNICAZIONE: è prevista una attività continuativa di ufficio stampa che verrà condotta con il supporto di un'agenzia locale in entrambi i Paesi.

Verranno inoltre realizzati tutti i materiali di comunicazione necessari per le diverse attività che coinvolgeranno i partner del progetto. Contestualmente, verranno creati il logo e il visual della campagna, 1 photo-shooting *ad hoc*, 13 brevi video e 1 cortometraggio. Per l'attività di ufficio stampa sono stati stanziati circa 20.000€, mentre per la realizzazione dei materiali di comunicazione, foto e video circa 80.000€.

SITO WEB E SOCIAL MEDIA: verrà lanciato il sito multilingue (ITA, ENG, GER, FR) della campagna www.theeufab6.eu. Contestualmente le pagine Facebook e Instagram (in inglese nel Regno Unito e in italiano, francese e tedesco in Svizzera) saranno attive per ogni Paese – così da offrire animazione e contenuti specifici per ciascun mercato – e verrà aperto un canale YouTube. Per la creazione del sito web e delle pagine social sono stati stanziati circa 28.000€ da parte dei 3 Consorzi.

COLLABORAZIONE CON “GUILD OF FOOD WRITERS” IN INGHILTERRA: verrà istituita una partnership con l'associazione che raggruppa più di 600 scrittori enogastronomici del Regno Unito “Guild of Food Writers”. A partire dal mese di settembre verrà data visibilità ai salumi protagonisti del progetto nei loro canali informativi online e offline e saranno organizzati 3 webinar informativi. Per questa collaborazione sono stati stanziati circa 17.000€.

TARGET HO.RE.CA.

ATTIVITA' NELLE SCUOLE IN INGHILTERRA E SVIZZERA: il progetto coinvolgerà anche il settore Ho.Re.Ca. per la promozione della qualità e l'abbinamento dei prodotti testimonial della campagna, coinvolgendo 2 scuole di chef: Le Cordon Bleu Institute nel Regno Unito e la Swiss Culinary Arts Academy in Svizzera. Nel mese di febbraio verranno organizzate 6 lezioni formative che coinvolgeranno 150 studenti nel Regno Unito e 150 in Svizzera. Per la partnership con gli istituti di cucina e la realizzazione delle lezioni è stato stanziato un budget di circa 45.000€.

Richiamando l'attenzione sull'opportunità che il progetto rappresenta, al fine di incrementare la quota di prodotto esportata in questi Paesi non solo durante il triennio, ma anche al termine delle attività, invitiamo tutte le aziende che esportano in Regno Unito e in Svizzera a condividere le informazioni contenute nella presente circolare con i propri responsabili export, resident manager ed importatori, cercando di coinvolgerli il più possibile nelle iniziative e nel loro follow up (in particolare nelle riunioni del gruppo di lavoro che verrà creato *ad hoc*).



Poiché verranno forniti costanti aggiornamenti relativamente all'organizzazione delle iniziative sopra descritte, al fine di potenziarne l'efficacia e creare una rete operativa diretta sul territorio svizzero e inglese, invitiamo le aziende consorziate a fornire agli indirizzi e-mail allabban@assica.it e mazzolari@mortadellabologna.com le seguenti informazioni:

- i nominativi e i contatti degli export manager che seguono nello specifico questi Paesi;
- i nominativi e i contatti dei propri importatori in Svizzera e in Regno Unito;
- la lista delle referenze esportate;
- il nome e gli indirizzi dei punti vendita in cui poterle trovare.

Restando a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento, porgiamo i più cordiali saluti.

Il Direttore
Gianluigi Ligasacchi