



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

LORO SEDI

⇒ *AL TITOLARE O LEGALE RAPPRESENTANTE*

⇒ *RESPONSABILI MARKETING*

⇒ *EXPORT MANAGER FRANCIA*

CIRCOLARE CONGIUNTA N° 21

Rozzano, 14 settembre 2022

AVVIO DEL PROGETTO EUROPEO “EU DELI M.E.A.T.” IN FRANCIA E IN ITALIA. NECESSITA’ DI COINVOLGERE LE AZIENDE CONSORZIATE.

Spett.le Azienda,



con la presente Vi informiamo che sta prendendo avvio il progetto co-finanziato dall’Unione Europea “EU Deli M.E.A.T.”, che si svolge per circa il 70% del budget disponibile in Italia e per il restante 30% in Francia, e a cui il Consorzio Cacciatore Italiano e il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna, unitamente al capofila Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP, partecipano. L’intero progetto

Italia – Francia prevede un budget complessivo sui tre anni di € 2.894.167, che ricordiamo essere finanziato per il 70% dall’Unione Europea. La quota destinata all’Italia servirà prevalentemente a coprire gli investimenti per le attività ordinarie di promozione e comunicazione dei Consorzi (ufficio stampa, pubbliche relazioni, eventi e digital). La parte del progetto relativo specificatamente al mercato francese – che prevede un budget complessivo pari a circa € 797.000 per 3 anni, di cui circa € 280.000 per le attività della prima annualità – servirà per la realizzazione delle iniziative che illustriamo brevemente per questa prima annualità.



TARGET MEDIA E CONSUMER

UFFICIO STAMPA E MATERIALE DI COMUNICAZIONE: è prevista una attività di ufficio stampa che verrà condotta con il supporto di un'agenzia locale. Verranno realizzati tutti i materiali di comunicazione necessari per le diverse attività quali gadget, leaflet, roll up e media kit, improntati alla logica della sostenibilità ambientale, che avranno il compito di veicolare al pubblico dei consumatori informazioni sulla storia, le caratteristiche gustative e nutrizionali dei salumi tutelati.

Per l'attività di ufficio stampa sono stati stanziati circa € 22.000, mentre per la realizzazione dei materiali di comunicazione lo stanziamento di budget ammonta a circa € 30.000.

ADVERTISING STAMPA e WEB: l'ufficio stampa verrà integrato da una campagna pubblicitaria on line che verrà realizzata tramite la sponsorizzazione di post su Facebook e Instagram, oltre che con il coinvolgimento di 4 chef noti a livello nazionale in qualità di influencers. Sarà inoltre realizzata una campagna ADV su mezzo stampa. L'attività è complementare alla realizzazione del sito web appositamente dedicato al progetto e tradotto in italiano e in francese <https://www.delimeat.eu/> e all'apertura degli account Instagram e Facebook (https://www.instagram.com/delimeat_fr/ - https://www.instagram.com/delimeat_it/ - <https://www.facebook.com/delimeatIT> - <https://www.facebook.com/delimeatFR>).

Per le attività di advertising sul web è stato previsto un budget complessivo di circa € 15.000 mentre per la pubblicità su stampa il budget stanziato ammonta a circa € 30.000. L'investimento previsto per la realizzazione del sito web dedicato al progetto e per la gestione quotidiana degli account Instagram e Facebook è pari invece a circa € 50.000.

TARGET CONSUMER E HO.RE.CA.

SETTIMANE NEI RISTORANTI: l'attività prevede il coinvolgimento di circa 200 ristoranti distribuiti sul territorio francese che, dal mese di novembre, inseriranno nel loro menù una ricetta originale a base dei salumi oggetto della campagna. L'attività verrà rafforzata dalla divulgazione dei materiali di comunicazione realizzati ad hoc. Informazioni dettagliate su questa attività verranno condivise in prossimità dell'azione con una circolare ad hoc.

L'investimento previsto per questa attività è pari a circa € 90.000.



TARGET HO.RE.CA.

VIAGGIO STUDIO IN ITALIA: l'attività prevede il coinvolgimento di 6 degli chef partecipanti all'attività "le settimane nei ristoranti" che maggiormente si sono distinti per l'originalità delle ricette proposte e il livello di condivisione del progetto. Gli chef francesi verranno invitati in Italia per un educational tour di 3 giorni, che darà loro modo di conoscere di persona il processo produttivo dei salumi tutelati, approfondire le caratteristiche dei prodotti e scoprirne la tradizione culinaria. Il tour prevede anche la partecipazione degli ospiti alla festa dello Zampone e del Cotechino Modena IGP, che si svolgerà a Modena il 9 e il 10 dicembre p.v., con la possibilità di conoscere di persona lo chef pluristellato Massimo Bottura.

L'investimento previsto per questa attività è pari a circa € 10.600.

Richiamando l'attenzione sull'opportunità che il progetto rappresenta, al fine di incrementare la quota di prodotto esportata in questo Paese, invitiamo tutte le aziende che esportano in Francia a condividere le informazioni contenute nella presente circolare con i propri responsabili export e importatori, cercando di coinvolgerli il più possibile nelle iniziative e nel loro follow up.

Poiché verranno forniti costanti aggiornamenti relativamente ai periodi e all'organizzazione delle iniziative sopra descritte, al fine di potenziare l'efficacia di queste azioni e di creare una rete direttamente sul territorio francese, **invitiamo le aziende consorziate a fornire alla struttura le seguenti informazioni relative al mercato francese:**

- **i nominativi dei propri importatori;**
- **la lista delle referenze esportate;**
- **il nome e gli indirizzi dei punti vendita in cui poterle trovare.**

Suddette informazioni potranno essere inoltrate all'indirizzo e-mail tossi@assica.it.

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

Il Direttore
Gianluigi Ligasacchi