



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 GERMANIA***
- ***RESPONSABILI MARKETING***

**CIRCOLARE CONGIUNTA N° 06**

Rozzano, 29 febbraio 2024

**GERMANIA: AVVIO DEL PROGETTO EUROPEO “EUQUALITYCREW”  
CON COINVOLGIMENTO ATTIVO DELLE AZIENDE CONSORZiate**

Spett.le Azienda,

facendo seguito alla videocall con i Vostri export manager svoltasi lo scorso 16 febbraio, con la presente Vi informiamo che nel mese di marzo partirà il progetto di promozione, co-finanziato per il 70% dall’Unione Europea, “The EU Quality Crew: PDO and PGI Deli Meats From Europe”.

Il progetto, di durata triennale, si svolgerà interamente in Germania e coinvolgerà i Consorzi Cacciatore italiano, Mortadella Bologna e Zampone e Cotechino Modena IGP.

L’investimento medio annuo per il progetto è pari a circa **€ 667.000**, di cui il 70% co-finanziato dall’Unione Europea, ripartiti tra i Consorzi beneficiari nella seguente misura: 57% Mortadella Bologna, 33% Cacciatore italiano e 10% Zampone e Cotechino Modena.

Di seguito vengono illustrate le attività che verranno realizzate nel corso della prima annualità.



## **TARGET MEDIA & INFLUENCER**

**UFFICIO STAMPA:** a inizio progetto verrà attivato un ufficio stampa per instaurare e consolidare i rapporti con i Media locali al fine di informarli e coinvolgerli nelle attività previste dal programma. Obiettivo dell'attività è ottenere copertura mediatica non a pagamento con l'uscita di 200 articoli stampa e web. L'investimento previsto per questa attività è di circa 45.000 €.

**GALA DINNER:** nel mese di settembre verrà realizzata una cena di gala a Berlino per presentare la campagna ai Media e agli influencer, oltre che alle aziende consorziate e ai loro partner e intermediari commerciali. L'investimento previsto per questa attività è di circa 17.000€.

**Entro il mese di giugno** Vi chiederemo i nominativi dei Vostri collaboratori e/o partner commerciali da invitare all'evento.

**VIAGGIO STUDIO IN ITALIA:** 6 food blogger tedeschi, selezionati in base alle tematiche trattate, prenderanno parte ad un educational tour di 4 giorni in Italia nei luoghi di produzione, che verrà realizzato nel periodo autunnale. Obiettivo è far conoscere loro in modo diretto caratteristiche e processo produttivo dei prodotti tutelati, oltre che territori d'origine e tradizione culinaria. Il budget previsto per questa attività è pari a circa 16.000€.

## **TARGET CONSUMER**

**WEB & SOCIAL:** nei primi mesi del progetto verrà realizzato il sito web, che conterrà tutte le informazioni sulla campagna, sui prodotti e sulle attività previste, oltre a una sezione in cui sarà possibile reperire i contatti degli importatori e degli intermediari commerciali delle aziende consorziate nel territorio tedesco.

**Vi chiediamo pertanto di fornirci non appena possibile all'indirizzo mail [tossi@assica.it](mailto:tossi@assica.it) i dettagli dei Vostri referenti commerciali sul territorio, in modo da poterli inserire nell'apposita sezione del sito web.**



Saranno inoltre attivati i profili social, Facebook e Instagram, e il canale YouTube, che verranno costantemente animati sia in base a uno specifico piano editoriale sia in base ai contenuti prodotti dagli influencer coinvolti. In particolare verrà attivata una partnership con 6 influencer che si occupano di food & lifestyle selezionati tra quelli con un seguito compreso tra i 100.000 e i 500.000 follower. Il budget previsto per queste attività è pari a circa 91.000€.

**ADV ON LINE:** saranno pianificate delle campagne adv on line sulle piattaforme Facebook, Instagram e su Google Ads rivolte al consumatore. Contestualmente alle promozioni nei punti vendita di seguito descritte, sarà attivata una campagna di *proximity advertising* geotarghetizzata per raggiungere i consumatori in prossimità dei punti vendita. Il budget previsto per queste attività è pari a circa 55.500€.

**PROMOZIONE NELLA GDO:** nel periodo autunnale (ottobre e novembre) verranno realizzate delle promozioni in selezionati punti vendita di alcune delle principali catene di distribuzione nelle principali città della Germania e in particolare a Berlino, Colonia, Monaco e Dusseldorf. L'azione prevede lo svolgimento della promozione in 105 punti vendita per un periodo di 2 giorni a punto vendita (giovedì-venerdì o venerdì-sabato), per un totale di 210 giorni di promozione e 70.000 consumatori raggiunti. Nello specifico l'attività si sostanzierà nella presenza di un desk brandizzato all'interno del punto vendita dove hostess adeguatamente formate proporranno in assaggio i salumi promozionati e forniranno informazioni sulle caratteristiche degli stessi. Considerato il mercato della distribuzione tedesco e il suo elevato grado di concentrazione, le catene a maggior valore identificate al momento sono Rewe (21,2% del mercato), Edeka (25,3%) e Lidl (Gruppo Schwarz 18,3%).

Chiediamo di indicarci all'indirizzo mail [tossi@assica.it](mailto:tossi@assica.it) entro il 25 di marzo p.v. le Vostre preferenze di catene sulla base della conoscenza del mercato locale della/e catena/e che ritenete più idonea/e per questa azione. Specifichiamo che la promozione nei punti vendita è prevista per ogni annualità del progetto e pertanto è possibile ipotizzare una rotazione delle catene distributive.

La tempestività nell'identificazione della/e catena/e è elemento essenziale per l'efficacia dell'azione, in quanto permette alla struttura e all'ente esecutore di contattare con congruo anticipo i referenti della/e catena/e identificata/e. Il budget annuale previsto per queste attività è pari a circa 160.000€.



## **TARGET TRADE E OPERATORI COMMERCIALI**

**FIERA “FOOD & LIFE” MONACO:** è prevista nel mese di novembre (data da confermare) la partecipazione all’edizione autunnale della fiera “Food&Life” di Monaco, dedicata sia al target consumer sia a quello professionale. Si prevede la presenza dei Consorzi con uno stand, in cui sarà allestito anche uno spazio a disposizione delle aziende consorziate per incontri commerciali, in cui personale adeguatamente formato proporrà degustazioni e fornirà tutte le informazioni sui prodotti e sulla campagna. Il budget previsto per queste attività è pari a circa 31.000€.

Nel caso riteneste opportuno partecipare in alternativa ad un’altra fiera che presenti le medesime, o maggiorative, caratteristiche in termini di target raggiunto e di budget richiesto, Vi chiediamo di indicarlo tempestivamente all’indirizzo mail [tossi@assica.it](mailto:tossi@assica.it).

**SPONSORIZZAZIONE EVENTO “SUPERMARKET STAR”:** “Supermarket Star” è un evento annuale, che quest’anno si svolgerà il 18 giugno, destinato alla GDO tedesca e realizzato da “Lebensmittel Zeitung”, la principale rivista per la Grande Distribuzione in Germania. L’attività prevede la presenza dei Consorzi e del progetto nei materiali di comunicazione dell’evento. In fase di trattazione, viene ora valutata la possibilità e le modalità di presenziare all’evento con un desk brandizzato. Il budget previsto per queste attività è pari a circa 25.000€. Sarà nostra cura aggiornarvi su questa iniziativa non appena saranno disponibili nuove informazioni.

**ADV STAMPA E ONLINE:** ogni anno verranno pianificate 2 uscite su riviste di settore per raggiungere il target degli operatori. Le riviste ipotizzate sono “Lebensmittel Zeitung” (51.000 copie) dedicata alla Grande Distribuzione, e “Fleisher-Handwerk” (8.000 copie) dedicata al Normal Trade. Si prevede inoltre l’attivazione di una campagna di adv online sul portale per gli operatori di settore LZ (200.000 utenti unici al mese). Il budget previsto per queste attività è pari a circa 39.000€.

**COLLABORAZIONE ASSOCIAZIONE DI PROFESSIONISTI:** verrà attivata una partnership con la principale associazione tedesca di professionisti macellai e salumai, “Fleischerhandwerks”, che prevede la presenza dei Consorzi e del progetto nei materiali di comunicazione dell’associazione, oltre alla realizzazione di 3 webinar annuali di formazione per gli associati, che si svolgeranno indicativamente nel periodo autunnale. Il budget previsto



---

per queste attività è pari a circa 28.500€. Sarà fondamentale in tale ambito la segnalazione di vostri contatti per i webinar.

Ricordando l'importanza della collaborazione fattiva delle aziende consorziate nel fornire feedback e informazioni per l'efficacia delle azioni previste da progetto e restando a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento, porgiamo i più cordiali saluti.

Il Direttore  
Gianluigi Ligasacchi

