



Consorzio Mortadella Bologna

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

29 marzo 2019

**PSR 2014-2020 – MISURA 3 TIPO DI OPERAZIONE 3.2.01
“ATTIVITA’ DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE DA GRUPPI DI
PRODUTTORI SUI MERCATI INTERNI”**

**BENEFICIARIO DEL SOSTEGNO: CONSORZIO MORTADELLA
BOLOGNA**

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

**IMPORTO DEL SOSTEGNO:
SPESA AMMESSA EURO 297.300,00 CONTRIBUTO EURO 208.110,00**

DESCRIZIONE E FINALITÀ DELL’INTERVENTO

Il Consorzio Mortadella Bologna ha presentato un progetto che è stato ammesso con determinazione 2372/2019 al sostegno da parte del PSR Regione Emilia-Romagna, operazione 3.2.01.

Dall’analisi dei risultati conseguiti, delle risorse finanziarie ipotizzabili e dei mezzi di informazione più affini, il Consorzio ritiene opportuno realizzare iniziative informative e promozionali tra loro sinergiche, che gli permetteranno di raggiungere efficacemente diverse tipologie di consumatore, avvicinandolo il più possibile alla Mortadella Bologna IGP, in Italia e all’estero.

Attraverso l’avvio di una pluralità di iniziative si cercherà di attirare l’attenzione del consumatore, sollecitando il suo interesse, coinvolgendolo a voler saperne di più sul prodotto tutelato.

**REALIZZAZIONE DI MATERIALE INFORMATIVO E PROMOZIONALE:
ACQUISTO DI SPAZI PUBBLICITARI SUL MEDIA TV IN ITALIA**

Il Consorzio intende investire sul mezzo televisivo acquistando spazi pubblicitari su emittenti generaliste e/o satellitari, selezionandole fra quelle che garantiranno la maggiore copertura del target, buoni risultati in termini di frequenza di messa in onda dello spot e un costo/contatto competitivo rispetto al mercato.

Il messaggio della campagna di informazione e promozione 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 con il logo comunitario IGP e quello del Consorzio;
- le caratteristiche della Mortadella Bologna, sia facendo vedere la consistenza del prodotto, sia gli ingredienti;



Consorzio Mortadella Bologna

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

- l'alta qualità del prodotto perché fatto con una “ricetta tradizionale”, semplice e genuina;

Verrà quindi stimolata la confidenza del consumatore con il logo comunitario dell'IGP e quello del Consorzio, creando un legame visivo tra quanto visto in TV, e quanto esposto sui punti di vendita.

REALIZZAZIONE DI MATERIALE INFORMATIVO E PROMOZIONALE: ACQUISTO DI SPAZI PUBBLICITARI SU INTERNET IN BELGIO E GERMANIA

Per fidelizzare il target di riferimento, creare *engagement* e assecondare la propensione a decidere come e quando interagire con i contenuti, la campagna sul Media tv sarà affiancata e completata da un'intensa attività digital su canali social e web geolocalizzata sui Paesi Germania e Belgio. Infatti, il target individuato si connette alla rete con un'elevata frequenza, anche più volte al giorno e soprattutto sulle piattaforme Social.

Lo sviluppo di un'azione ad hoc per il mondo del web permetterebbe di implementare il raggiungimento degli obiettivi esposti nel capitolo precedente soffermandosi anche sulla comunicazione e la conoscenza degli innumerevoli modi di consumo della Mortadella Bologna IGP: una finalità educativa rivolta in primis ai consumatori stranieri.

Si è scelto di attivare una campagna “Google Adwords” e nello specifico **Google Search**, soluzione utilizzata per il presidio delle “parole chiave rilevanti” per l'identificazione del prodotto e delle caratteristiche topiche, al fine di migliorare la ricerca e il posizionamento del sito www.mortadellabologna.com nei motori di ricerca.

Con questa attività sarà inoltre possibile monitorare:

- **Acquisition:** per valutare la quantità e la tipologia di traffico portato dagli utenti. Utilizzando Google Analytics sarà possibile controllare:
 - n. sessioni;
 - n. utenti;
 - n.click ottenuti sulla pagina;
 - % nuove sessioni (ottimo per l'obiettivo di brand awareness);
 - % traffico organico sul totale del sito.
- **Behaviour**_al fine di valutare la qualità del traffico sarà possibile controllare:
 - page views per sessione;
 - impression;
 - tempo sul sito;
 - *bounce rate* o frequenza di rimbalzo.

REALIZZAZIONE DI SEMINARI INFORMATIVI CON ATTIVITÀ DI DEGUSTAZIONE GUIDATA RIVOLTA AD UN PUBBLICO DI CONSUMATORI O OPERATORI

Al fine di perseguire gli obiettivi statuari prefissati si intende realizzare dei seminari informativi con delle degustazioni rivolte sia ai consumatori che agli operatori della filiera. Queste attività verrebbero organizzate presso la Fabbrica trasparente di Mortadella



Consorzio Mortadella Bologna

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

Bologna, nel parco del cibo FICO, a Bologna, *location* ideale per questo genere di attività che permetterebbe di poter raggiungere una parte importante del focus target, ovvero i più attenti e sensibili all'agroalimentare italiano.

Si prevede di organizzare degustazioni e seminari a cadenza mensile, rivolti a un pubblico vario, italiano ed estero, con lo scopo di elevare il valore percepito del prodotto al fine di posizionare la Mortadella Bologna IGP nei primi posti del panorama enogastronomico nazionale ed internazionale e far acquisire competenze specifiche attraverso momenti di formazione e approfondimento a cura di rappresentanti del Consorzio, Istituzioni, nutrizionisti, blogger, maker del gusto.

Altresì, l'organizzazione di seminari e degustazioni potrà avere quali obiettivi specifici:

- attirare l'attenzione dei consumatori su questa produzione tutelata;
- elevare l'immagine della Mortadella Bologna IGP accompagnando il consumatore finale, al pari degli esperti del settore, ad acquisire competenze e tecniche per riconoscerla dalle imitazioni.

Si tratta quindi di azioni con una valenza dimostrativa e in cui la Mortadella Bologna potrà essere toccata con mano, osservata, assaggiata, odorata. Ma soprattutto si "formeranno" consumatori competenti che potranno così supportare il Consorzio nel corretto sviluppo della Mortadella Bologna.