



IL 26 SETTEMBRE È LO “SWITCH DAY” DELLA MORTADELLA BOLOGNA

Lancio nuovo logo, nuova denominazione del Consorzio, nuovo sito web e nuova campagna TV, Stampa e Online



Milano, 23 settembre 2021 – Il 26 settembre si accendono i motori e **ha inizio il nuovo viaggio della Mortadella Bologna con un cambio di marcia deciso**, grazie ad importanti innovazioni tecniche ed estetiche che puntano ad un miglioramento delle performance e dei risultati nel circuito della **comunicazione cross mediale**.

*“Questa campagna è nata per creare Brand Awareness sul nuovo logo, realizzato da Robilant & Associati, un vero e proprio sigillo con elementi grafici che sintetizzano le tre principali caratteristiche della Mortadella Bologna, ovvero Qualità, Storia e Simpatia - dichiara **Corradino Marconi, Presidente del Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna** che prosegue – Col nuovo logo c’è anche il nuovo “naming” del Consorzio che si evolve in ‘Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna’ dove i termini ‘italiano’ e ‘tutela’ esprimono valori essenziali, apprezzati e richiesti dal consumatore. Un cambio epocale, a 20 anni dalla nascita del Consorzio che, in tal modo, intende rafforzare e rinnovare il suo impegno nell’azione di valorizzazione di un salume IGP tutelato e garantito, come la Mortadella Bologna”.*

La nuova campagna dal **26 settembre** sarà visibile in contemporanea sul circuito **TV, Stampa e Web-digital**. La creatività - a cura dell’agenzia **FGMC** - sviluppa ed esalta l’importante legame col territorio di origine del prodotto, quello di Bologna. La campagna **TV** sarà veicolata sui canali **RAI, Mediaset e Cairo** con **tre Spot da 15** che andranno in onda sia sui canali tradizionali sia su quelli on demand, fino a metà novembre.



Ognuno dei tre soggetti racconta la vera anima bolognese della Regina Rosa, grazie alla scelta di location tipiche, all'individuazione dei diversi momenti di consumo - pranzo in famiglia, aperitivo con amici, gita fuori porta - ad una narrativa moderna e diretta oltre al coinvolgimento di un cast che rispecchia al meglio lo spaccato sociale e culturale felsineo, ma più in generale italiano. Il tutto sostenuto da un'originale colonna sonora, scritta ed interpretata da **Franz Campi**, un poliedrico artista bolognese.

Il cuore della comunicazione è rappresentato dal nuovo pay off: **GODERSI LA VITA, DAL 1661** che esprime in pieno l'essenza della Mortadella Bologna, la sua storia, la sua tradizione, ma anche la direzione da seguire lungo il percorso che da oltre 300 anni porta sulle tavole degli Italiani un prodotto sempre al passo coi tempi, aggregativo e che trasmette piacere e allegria ad amici e familiari.

Anche la **campagna stampa** sui periodici è articolata nei **tre soggetti** che illustrano tre termini dialettali bolognesi: *Taffiare*, *Bazza* e *Dimondi* che esprimono altrettanti modi di godersi la vita con la Mortadella Bologna.

Il 26 settembre è lo "Switch Day" anche per il **Web & Digital**. Esordisce on-line il **nuovo sito del Consorzio** – www.mortadellabologna.com – che, partendo da un restyling estetico, si propone di costruire un diverso dialogo con gli utenti grazie soprattutto all'utilizzo dell'**Intelligenza Artificiale**, per individuare e intercettare le aree tematiche di interesse dei consumatori e fornendo loro, in tempo reale, le risposte e le soluzioni agli stati di bisogno.

Sui **canali digital** del Consorzio (in primis Facebook ed Instagram), per rendere più virale la campagna, è stata, infine, programmata un'attività promozionale che vede il coinvolgimento di **40 influencer** a sostegno della nuova strategia di *content marketing* che pone al centro la Mortadella Bologna IGP, le sue caratteristiche principali e la sua considerevole duttilità nella ricettazione.

Un cambio epocale del modo di comunicare col consumatore finale e di interagire con la community che verrà coinvolta sempre di più nella vita quotidiana con il salume rosa più amato dagli italiani.

Il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna

Il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna si è costituito nel 2001, a seguito del riconoscimento dell'IGP alla Mortadella Bologna - avvenuto nel 1998 - e al conseguente avvio della certificazione da parte dei produttori. Il Consorzio, che ha come scopo la tutela e la valorizzazione della Mortadella Bologna IGP, in collaborazione con il Ministero per le politiche agricole, alimentari e forestali promuove la Mortadella Bologna IGP e svolge attività di difesa del marchio e della Denominazione dalle imitazioni e dalle contraffazioni.

Il Consorzio garantisce un'alta qualità di base che ogni produttore migliora secondo la propria esperienza e professionalità. Un'attività costante che ha come unico obiettivo, che è anche la finalità di tutte le aziende, con i loro marchi, di garantire ai consumatori un prodotto dalle caratteristiche uniche per qualità e gusto, un prodotto ad alto valore nutrizionale, con una composizione di proteine nobili, minerali e grassi insaturi perfettamente in linea con le tendenze della moderna scienza nutrizionale.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa: Augusto Cosimi – cosimi@isitsalumi.it Tel 02 8925901 - Cell 335 7271526