



CONSORZIO ZAMPONE E COTECHINO MODENA IGP



Consorzio incaricato con
D.M. 64374 del 09/06/2006

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 ZAMPONE E COTECHINO MODENA IGP

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

IMPORTO DEL SOSTEGNO:

SPESA AMMESSA EURO 119.700,00

CONTRIBUTO CONCESSO EURO 83.790,00

10 marzo 2021

Descrizione e Finalità dell'intervento

Il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP ha presentato un progetto che è stato ammesso con determinazione n. 474/2021 al sostegno da parte del PSR Regione Emilia-Romagna, operazione 3.2.01.

Le attività indicate nel progetto che verranno realizzate sono:

a) Realizzazione di materiale informativo e promozionale:

- Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, immagini fotografiche e video;
- Sviluppo di siti web e di applicazioni informatiche

il Consorzio intende mettere in atto un' incisiva campagna di informazione e promozione sui Media digitali che includa il restyling del sito web e il proseguimento delle attività di comunicazione sui social, potenziando sensibilmente le azioni già intraprese nel corso degli scorsi anni anche grazie al contributo concesso da codesta Regione.

Dal momento che il **sito web del Consorzio www.modenaigp.it**, il punto di atterraggio di tutte le comunicazioni digital previste dal piano, è stato realizzato ormai qualche anno fa sarà necessario anzitutto procedere ad un aggiornamento a 360° dello stesso con restyling della grafica, dei contenuti e della struttura. Nello specifico, le attività che si intende implementare per realizzare un'efficace azione di restyling del sito del Consorzio sono le seguenti:



CONSORZIO ZAMPONE E COTECHINO MODENA IGP



Consorzio incaricato con
D.M. 64374 del 09/06/2006

- Semplificazione dell'architettura informativa del sito, per consentire agli utenti una più agevole navigazione dello stesso e per consentire allo stesso tempo all'algoritmo di Google una più facile lettura delle informazioni;
- Valorizzazione dei contenuti già presenti;
- Ottimizzazione dei testi in ottica SEO, al fine di una migliore l'indicizzazione del sito;
- Restyling dell'art direction del sito in base alla *visul identity* già impostata per le comunicazioni sui canali social del Consorzio.

Oltre al restyling del sito istituzionale del Consorzio, si prevede di realizzare una campagna di comunicazione tramite i canali social già attivi Facebook e Instagram. La campagna di comunicazione prevede innanzitutto l'elaborazione di una **strategia continuativa di comunicazione** in base ad una specifica pianificazione editoriale, da cui discenda l'individuazione e lo sviluppo di specifici filoni sulla base degli obiettivi strategici perseguiti. Nello specifico, sarà opportuno enfatizzare il ruolo del Consorzio al fine di incrementare consapevolezza e conoscenza presso il target, e veicolare informazioni e contenuti circa i prodotti e in particolare la versatilità, la qualità e i valori nutrizionali.

La campagna dovrà quindi prevedere la realizzazione di **grafiche ad hoc** e **contenuti digitali** quali videoricette, da veicolarsi tramite i due canali social che rimanderanno al sito web del Consorzio, landing page delle comunicazioni sviluppate sugli altri canali digitali.

Si prevede inoltre di realizzare una incisiva **campagna di comunicazione durante il periodo natalizio**, quando vengono realizzate la maggior parte delle vendite e dei consumi di zampone e cotechino. Obiettivo della campagna di Natale sarà incrementare l'awareness del Consorzio e della certificazione IGP generando al contempo traffico sul nuovo sito realizzato. Anche per questa campagna di comunicazione social si prevede la realizzazione di **grafiche, immagini e contenuti digitali ad hoc**.

Tramite lo sviluppo di campagne di comunicazione su **Facebook** e **Instagram**, il Consorzio si prefigge di raggiungere i **seguenti risultati**:

- Coinvolgimento del **Target Foodlovers con età 25/54: 10.000.000 potenziali** (Stima calcolata sulla base dei dati Facebook Ads Italia, M-F, 25-54, interessi: food; demografica; dati Facebook Insight)
- **Incremento del traffico sul sito web del Consorzio: 5.000 utenti** attraverso la pubblicazione dei post su Facebook ed Instagram e l'invito a cliccare sul link che rimanda al sito istituzionale;
- **Campagna di Natale: 3 Milioni di impression e 2.000 "clic to link" al sito istituzionale** (dove per "Clic to Link" si intende l'azione che l'utente compie grazie alla presenza di un link che rimanda ad approfondimenti sul sito www.modenaigp.it; l'utente francese/belga verrà indirizzato nelle pagine tradotte in lingua francese).

b) Acquisti spazi pubblicitari su internet (Francia e Belgio)

Tra i Paesi europei più importanti per l'export, Il Consorzio ha individuato la Francia e il Belgio come Paesi strategici su cui concentrare le proprie risorse per realizzare una campagna di advertising on line che permetta di raggiungere in modo preciso ed economicamente efficiente un target altamente profilato per interessi, caratteristiche socio-culturali, diponibilità a pagare un differenziale di prezzo per un prodotto qualitativamente superiore e interessato alla cucina straniera e a quella italiana in particolare.

Gli obiettivi specifici che il Consorzio intende perseguire tramite le azioni di advertising in Francia e Belgio sono:

- ampliare la conoscenza di Zampone e Cotechino Modena IGP in questi mercati, comunicando le caratteristiche peculiari di queste due specialità della gastronomia italiana, i valori nutrizionali, istruendo circa le modalità di preparazione e di consumo e sottolineando il ruolo e il valore della certificazione comunitaria IGP;
- comunicare la storia, la tradizione, il legame con il territorio di produzione e con la gastronomia italiana;
- comunicare la praticità dei prodotti, nonché la versatilità grazie alla quale può essere ricettato in una pluralità di modi diversi;
- raggiungere il maggior numero di contatti possibili.

Per realizzare questi obiettivi il Consorzio intende implementare una campagna di **ADV tramite social Facebook e Instagram, geolocalizzata sui paesi Francia e Belgio**. La campagna deve prevedere una durata di almeno due mesi e, poiché lo scopo che si intende perseguire è incrementare l'awareness di Zampone Modena e Cotechino Modena in questi paesi, l'efficacia della campagna sarà valutata in base alle **impression** ottenute. Tramite la campagna ADV su Facebook e Instagram geolocalizzata in Francia e in Belgio, il Consorzio si prefigge di raggiungere i **seguenti risultati**:

- **Campagna Francia: 2,5 Milioni di impression**
- **Campagna Belgio: 1,5 Milioni di impression**

FEASR: https://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020_it