



CONSORZIO ZAMPONE E COTECHINO MODENA IGP



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

REGIONE EMILIA - ROMAGNA – PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE E PIANO STRATEGICO NAZIONALE DELLA PAC (P.S.P.) 2023-2029. REG. (UE) N. 2115/2021

INTERVENTO SRG10 “PROMOZIONE DEI PRODOTTI DI QUALITÀ” - ANNO 2023

Vantaggio economico ricevuto: € 209.475,00, a fronte di una spesa ammessa di € 299.250,00

Le attività che si intendono realizzare sono:

A1 – Realizzazione di materiale informativo e promozionale, inclusi lo sviluppo di siti web e di applicazioni informatiche e la gestione di social media

Le attività di promozione e informazione che il Consorzio intende realizzare hanno l'obiettivo di divulgare informazioni corrette e valorizzare l'immagine dello Zampone Modena IGP e del Cotechino Modena IGP nel **mercato nazionale e in quello tedesco**, tramite i canali di comunicazione più efficaci, partendo dal . Le statistiche rivelano infatti una crescente penetrazione delle tecnologie digitali nella società italiana e in quella tedesca. I dati dimostrano come la penetrazione di Internet sia molto elevata (86,1% in Italia e 93,1% in Germania), al pari di quella dei social che vede un 74,5% (pari a circa 4,4 mln di utenti) per **l'Italia** e l'85,1% (pari a quasi 8 mln di utenti) in **Germania**.

È stata quindi pianificata una strategia digital che verrà implementata attraverso i canali social **Instagram e Facebook** nonché sul **sito istituzionale** del Consorzio. In aggiunta alla strategia digitale e in considerazione delle attività ritenute più strategiche e performanti per il Consorzio, è stato inoltre individuato come strumento di comunicazione particolarmente efficace per il mercato italiano, l'acquisto di spazi publiregionali su Radio-TV. Grazie alla grande capillarità di diffusione dei mezzi radiotelevisivi, sarà infatti possibile arrivare ad un'audience numericamente elevata con una comunicazione riconosciuta come autorevole e credibile.

A1 – Realizzazione di materiale informativo e promozionale, inclusi lo sviluppo di siti web e di applicazioni informatiche e la gestione di social media - Produzione immagini fotografiche e produzione e registrazione video per il mercato tedesco

Per dialogare al meglio con il **target tedesco**, il Consorzio ha intenzione di realizzare un nuovo shooting video-fotografico, attraverso la produzione e registrazione di almeno **25 nuove video-ricette e 50 nuovi scatti fotografici**. Le ricette oggetto dello shooting verranno scelte sulla base delle principali **Keywords** (parole-chiave) di ricettazione a base di Zampone e Cotechino Modena IGP maggiormente ricercate dagli utenti tedeschi. L'output finale dei video, intesi come guida alla preparazione delle ricette, saranno nel formato **Reel** (video brevi con taglio verticale ideali per la fruizione nei canali social) che offre un modo più immersivo, veloce e coinvolgente di fruire dei contenuti visivi, aumentando la Brand awareness, informando e mostrando i prodotti in maniera dinamica per attrarre nuovi utenti ed espandere la community. Ogni video prevede la presenza dei sottotitoli in lingua tedesca come guida per l'utente nella preparazione delle stesse, compresa la presenza dei loghi Istituzionali.

A2 – Realizzazione di materiale informativo e promozionale, inclusi lo sviluppo di siti web e di applicazioni informatiche e la gestione di social media - Sviluppo del Sito Web: sezione in tedesco

Il Sito, già presente nella versione in lingua tedesca per quanto concerne le informazioni corporate più importanti e l'apposita sezione “Rezepte” (ricette), verrà arricchito con lo sviluppo della sezione grazie al caricamento delle **25 nuove ricette e relative 50 foto**. I video saranno arricchiti con l'inserimento in calce

al video dei testi in lingua tedesca con l'elenco degli ingredienti e i principali passaggi per la realizzazione delle stesse. Sul sito web, ad ognuna delle ricette verrà associata una pagina ad hoc nella quale sarà possibile acquisire le informazioni salienti come la lista ingredienti e il quantitativo consigliato, oltre ai diversi passaggi del procedimento di realizzazione. La parte testuale in lingua tedesca verrà quindi arricchita con le foto e il video che guiderà l'utente nella preparazione. Attraverso lo sviluppo dei contenuti della sezione di ricette in lingua tedesca e la conseguente promozione nella rete Web e Digital, si punta ad incrementare gli accessi al sito, ottenendo circa **10.000 nuovi utenti**.

A2 – Realizzazione di materiale informativo e promozionale, inclusi lo sviluppo di siti web e di applicazioni informatiche e la gestione di social media - Gestione Social Network

Per dialogare con il mercato italiano, la comunicazione del Consorzio prevedrà inoltre lo sviluppo delle **properties digital**, nello specifico Facebook ed Instagram del Gruppo META.

L'attività verrà condotta, da un lato, attraverso la stesura di un **Piano Editoriale Digitale (PED)**, ossia un documento di pianificazione dei contenuti social, definiti Post, grazie ai quali il Consorzio informerà gli utenti della fanbase sulle informazioni, le iniziative e i messaggi più importanti legati alle due IGP e dall'altro, attraverso la progettazione di un **filone editoriale ad hoc** per la promozione del Cotechino Modena e dello Zampone Modena nel periodo natalizio, solitamente considerato il periodo di riferimento per il consumo di queste due IGP.

Si prevede, nell'arco di **18 mesi** (luglio 2024/dicembre 2025) di progettare e ideare i testi, oltre all'elaborazione grafica di **N. 144 post totali fra le due properties** (Facebook ed Instagram) con la pubblicazione di n. **8 post al mese fra Facebook ed Instagram**.

Al contempo, per il **periodo natalizio** si prevede la produzione e registrazione di **n.6 video** (3 per l'anno 2024 e 3 per l'anno 2025), coordinati nell'ambito di 2 attività di comunicazione mirate e avvalendosi dell'eventuale coinvolgimento di talent.

A3 – Realizzazione di materiale informativo e promozionale, inclusi lo sviluppo di siti web e di applicazioni informatiche e la gestione di social media - Acquisto spazi pubblicitari su internet in Germania

Analizzando le abitudini di utilizzo di internet nella popolazione tedesca, si evince come nelle prime 4 posizioni l'universo **Google** (compreso YouTube, l'estensione mondiale google.com e tedesca google.de) sia il portale più cliccato generando ogni mese un totale di 177,2 milioni di utenti unici. **Facebook**, con i suoi 45 milioni di utenti unici si attesta in terza posizione. **Instagram** è all'undicesima posizione con 27,8 milioni di utenti. L'universo Meta tedesco, porta quindi in dote oltre **72 milioni di utenti al mese**. Partendo da questi dati, si prevede lo sviluppo di una campagna pubblicitaria che si svilupperà contemporaneamente nel circuito **Google (Search e Display)** e nel network **Meta (Facebook ed Instagram)** per la veicolazione delle 25 video ricette realizzate in lingua tedesca, seguendo la pubblicazione delle stesse nel PED, quindi per l'intero periodo da luglio 2024 a dicembre 2025.

Nello specifico, **Google Display** si sviluppa attraverso la veicolazione di contenuti in modalità "banner pubblicitari" con un mix di foto/video/testi per coinvolgere l'utente in base alla targettizzazione che viene impostata, mentre **Google Search** consente di gestire e migliorare la presenza del sito nei risultati della Ricerca web grazie soprattutto al monitoraggio e "all'acquisto" di **Keywords** - parole chiave rilevanti per la divulgazione delle 2 IGP. Per il circuito **META (Facebook ed Instagram)**, invece, si procederà con la pubblicazione di un **sponsored post** (post sponsorizzati con un mix di posizionamento attraverso Facebook, Instagram, Messenger e le app collegate) con l'obiettivo del **"Drive to Site"**, ossia un post con l'aggiunta di un link diretto alla sezione specifica del sito consortile <https://www.modenaigp.it/de/rezepte> per permettere all'utente di proseguire con l'esperienza. Con queste azioni il Consorzio mira a migliorare sensibilmente la propria Brand Awareness.



CONSORZIO ZAMPONE E COTECHINO MODENA IGP



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

Il monitoraggio delle attività verrà fatto puntualmente con report degli Insight messi a disposizione dalla piattaforma META, oltre che dagli Analytics, strumento di monitoraggio afferente al servizio Google.

A3 – Realizzazione di materiale informativo e promozionale, inclusi lo sviluppo di siti web e di applicazioni informatiche e la gestione di social media - Acquisti di spazi publiregionali su media (Radio e TV)

I **Media Radio TV** si configurano come il mezzo più idoneo ed efficace per veicolare informazioni chiare e corrette su Zampone e Cotechino Modena IGP, raggiungendo un pubblico numericamente elevato di consumatori. La divulgazione avverrà tramite servizi radio-televisivi realizzati in studio o direttamente nei luoghi di produzione, che entreranno nella scaletta di importanti trasmissioni, in cui – spesso – il Consorzio sarà parte attiva attraverso la presenza di propri rappresentanti istituzionali. Verranno infatti identificati degli spazi ad hoc all'interno dei programmi dei palinsesti delle emittenti nazionali generaliste, digitali/satellitari e locali che si occupano di tematiche agroalimentari e di benessere attraverso cui divulgare informazioni corrette e scientifiche sulle IGP e valorizzarne l'immagine, con un tone of voice autorevole. Si stima che tali servizi generino un'audience certificata di almeno **25.000.000 di contatti**, ragionevolmente identificabili come consumatori poiché la maggior parte delle trasmissioni verranno selezionate in base al target.

Sulla base dell'esperienza maturata negli scorsi anni, il Consorzio intende realizzare:

- almeno 17 interventi sulle emittenti di fascia A (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rete 4, Canale 5, Italia 1, La 7, Rai Radio 1, Rai Radio 2, RTL102.5, RMC, RDS), per una durata complessiva minima di 70 minuti;
- almeno 11 interventi sulle emittenti di fascia B (tutte le emittenti digitali/satellitari visibili a livello nazionale come Odeon, TgCom 24, Class Life, La7D, La Nuova tv /Sky 840) per una durata complessiva minima di 60 minuti;
- almeno 30 interventi sulle emittenti di fascia C (emittenti radio/televisive locali) della durata complessiva minima di 214 minuti

Il monitoraggio dei risultati verrà effettuato in modo puntuale tramite la rilevazione dei dati di audience Auditel.

FEASR: https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development_it



Cofinanziato
dall'Unione europea



Regione Emilia-Romagna