



# CONSORZIO CACCIATORE ITALIANO



Consorzio incaricato con  
D.M. 60207 del 13/01/2005

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***

Il Consorzio mira a implementare una strategia di informazione, valorizzazione e comunicazione, volta a promuovere i Salamini Italiani alla Cacciatora sul mercato nazionale e sul mercato tedesco. Infatti, dalle analisi di mercato, si evince come la Germania sia la nazione europea in cui questo salume tutelato riscontra maggiori risultati a livello di vendite e penetrazione fra i consumatori. È stata quindi pianificata una strategia digital che verrà implementata attraverso i canali social Instagram e Facebook nonché sul sito istituzionale del Consorzio, allo scopo di accrescere il posizionamento dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP in questo mercato e intercettare ed educare anche il target internazionale alla conoscenza e al consumo di questa DOP. Per potenziare e complementare ulteriormente la strategia digital, verrà inoltre realizzata una campagna a mezzo radiofonico.

## ***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 **15 nuove video-ricette e 30 nuovi scatti fotografici**. Le ricette oggetto dello shooting verranno scelte sulla base delle principali **Keywords** (parole-chiave) di ricetta a base di Salamini Italiani alla Cacciatora DOP 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 istituzionali più importanti e l'apposita sezione “Rezepte” (ricette), verrà arricchito con lo sviluppo della sezione grazie al caricamento delle **15 nuove ricette e relative 30 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 **25.000 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 Cacciatore Italiano prevedrà inoltre lo sviluppo delle **properties digital**, nello specifico **Facebook ed Instagram** del Gruppo META.

L'attività verrà condotta attraverso la stesura di un **Piano Editoriale Digitale** (PED), ossia un documento di pianificazione dei contenuti social, definiti Post, grazie ai quali il Consorzio comunicherà agli utenti della fanbase informazioni, iniziative e i messaggi più importanti legati ai Salamini Italiani alla Cacciatora DOP attraverso un *tone of voice* moderno e attuale. Si prevede, nell'arco di **4 mesi compresi tra luglio e dicembre** 2024, di pubblicare **N. 8 post al mese fra Facebook ed Instagram, per un totale di 32 post** sulle due properties.

## **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 **15 video ricette realizzate in lingua tedesca**.

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 del Salame Cacciatore Italiano in cucina. 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 [www.salamecacciatore.it/de/rezepte](http://www.salamecacciatore.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.

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.



# CONSORZIO CACCIATORE ITALIANO



Consorzio incaricato con  
D.M. 60207 del 13/01/2005

## **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 pubblicitari su radio**

In merito al mercato italiano, la comunicazione pubblicitaria del Consorzio partirà dallo spot trasmesso in radio e si auspica si vada a completare sul sito web del Consorzio ([www.salamecacciatore.it](http://www.salamecacciatore.it)) e/o sui profili Instagram e Facebook, andando ad ottimizzare ulteriormente gli investimenti già effettuati nel corso degli anni, grazie a diversi contributi pubblici, proprio su radio e digital, di modo da fornire una continuità dal punto di vista della comunicazione. La radio cattura l'attenzione dell'ascoltatore, fornisce un'informazione percepita come rilevante e lo porta su internet. Una volta raggiunto il sito o i profili social, l'ascoltatore/visitatore avrà la possibilità di avere maggiori dettagli sul prodotto e di compiere, eventualmente, un'azione specifica (compilare una form, iscriversi ad una newsletter, etc). Si intende acquistare spazi pubblicitari su radio per un on air complessivo di 4 settimane, pianificate tra marzo e ottobre 2024. Lo spot che andrà in onda sarà della durata di 30 secondi e verrà declinato in 3 varianti.

FEASR: [https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development\\_it](https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/rural-development_it)



Cofinanziato  
dall'Unione europea



Regione Emilia-Romagna