

L'attività di comunicazione a favore del settore

Raggiungere il grande pubblico, i media, gli opinion leader e tutti gli stakeholder d'interesse per il settore: questo l'obiettivo dell'intensa attività di comunicazione strategica che ASSICA - direttamente o attraverso l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani e Carni Sostenibili - ha posto in essere al fine di concretizzare una proattiva azione di divulgazione, orientata alla diffusione di una corretta informazione su carne suina e salumi. Gli aspetti nutrizionali dei salumi italiani, il ruolo ed il valore degli stessi all'interno di una dieta bilanciata, il loro peso specifico nel paradigma della storia gastronomica tricolore e nell'economia italiana, nonché l'impegno delle aziende del comparto nel contribuire allo sviluppo sostenibile sono stati invece l'epicentro della comunicazione del settore.

● La campagna europea "Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY"

Al giro di boa **"Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY"**, la prima campagna europea triennale (2021-2024) realizzata da ASSICA nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014.

Con il programma europeo *Trust Your Taste*, che si svolge in **Italia e Belgio**, ASSICA sta perseguendo il miglioramento del **grado di conoscenza dei salumi e della carne suina**, attraverso la promozione della cultura produttiva che sta dietro la lavorazione delle carni, valorizzando gli **alti standard** e la grande **tradizione storica** che contraddistingue questo comparto.

Fra gli obiettivi, anche quello di **proporre un nuovo modello di filiera ed aumentarne la sostenibilità**, dall'allevamento fino alla distribuzione. Per raggiungere questi obiettivi, vengono realizzate azioni di informazione specifiche per gli operatori su diversi aspetti fondamentali nella produzione dei salumi: dalla **sicurezza alimentare** fino al **benessere animale** e, più in generale, sul concetto di **produzione sostenibile**, che attualmente è uno degli aspetti più discussi e controversi nel dibattito pubblico. Nei confronti dei consumatori, il progetto **"Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY"** si focalizza nell'**evidenziare e raccontare** le caratteristiche dei **prodotti suinicoli** nazionali, per migliorarne l'immagine,



il percepito e rendere il pubblico più informato e consapevole sull'intero sistema produttivo.

Ad accomunare tutte le iniziative destinate a operatori e consumatori è l'**identità visiva** costruita per la campagna che vede come protagonista un operatore della filiera il quale, con sguardo fiero e sereno, presenta le ec-

cellenze produttive del settore. La campagna vive anche attraverso l'attività digital, fortemente alimentata in entrambi i Paesi target soprattutto attraverso il **sito web ufficiale** della campagna www.trustyourtaste.eu, disponibile in **italiano, inglese e francese** e i profili **social media** (Facebook, Youtube, Instagram).

● Il Programma Sostenibilità al centro degli eventi informativi di Roma e Bruxelles

La campagna *Trust Your Taste* ed i suoi messaggi sono supportati da una densa e articolata attività di **relazione con i media**, attraverso la quale il grande pubblico d'Italia e del Belgio ha l'opportunità di conoscere e integrare con i temi e i contenuti al centro dell'attività promozionale, come testimoniato dai quasi **400 articoli pubblicati** e dai numerosi contatti stampa fidelizzati nei due Paesi target.



Nell'ambito delle attività per i media va evidenziata la conferenza stampa svoltasi in concomitanza con l'Assemblea annuale dell'Associazione, il 22 giugno 2022, dal titolo **"Il settore delle carni suine e dei salumi tra criticità e prospettive: il ruolo di Istituzioni e Imprese per un impegno condiviso"**. Il tema della giornata ha riguardato le sfide e le opportunità per il comparto, culminando nella presentazione del **"Programma Sostenibilità ASSICA"**, una pubblicazione che raccoglie impegni e *best practice* del settore.

La presentazione della pubblicazione è stata poi anche al centro dell'**evento istituzionale Trust Your Taste** andato in scena l'8 marzo 2023 a Bruxelles, presso l'*NH Brussels EU Berlaymont* e intitolato **"Sustainability roundtable: different roles, same goals"**. Alla tavola rotonda sono intervenuti: *Wolfgang Burtscher* - Direttore Generale di DG AGRI (Commissione Europea), *Sandra Gallina* - Direttore Generale di DG SANTE (Commissione Europea), *Leopoldo Rubinacci* - Vicedirettore Generale di DG TRADE (Commissione Europea), *Birthe Steenberg* - Segretario Generale di AVEC (EU Poultry Meat Association) e LiveStockVoice, Amb. *Stefano Verrecchia* - Rappresentante Parlamentare Aggiunto (Rappresentanza permanente d'Italia presso l'UE).



In rappresentanza del settore sono intervenuti: *Francesco Pizzagalli*, Presidente IVSI e *Davide Calderone*, Direttore ASSICA. All'evento è intervenuto anche il *Prof. Marco Frey*, Presidente del UN Global Compact Network Italia mentre la moderazione è stata affidata a *Rose O'Donovan*, redattrice della testata europea AGRA FACTS.



Durante la tavola rotonda, condotta in inglese e trasmessa anche in live streaming con traduzione in italiano, ASSICA ha mostrato - a beneficio di **rappresentanti delle Istituzioni europee nonché stampa, opinion leader di settore e stakeholders** - il lavoro svolto dal settore in materia di sostenibilità, fra i temi chiave della campagna. I due eventi hanno registrato una grande adesione da parte di Istituzioni, operatori e media, arrivando a segnare complessivamente **circa 200 presenti**.

● Academy Trust Your Taste, la prima masterclass per salumieri certificata ASSICA

Nell'ambito della campagna *Trust Your Taste* è stata realizzata anche la prima **"Video Academy ASSICA"**, articolata in 9 lezioni, con l'obiettivo di **comunicare, in maniera breve ed impattante**, contenuti formativi per operatori, **salumieri e banconisti**. I video - tenuti da docenti d'eccezione esperti nei vari temi trattati - rappresentano un vero e proprio percorso d'apprendimento focalizzato sulla storia dei salumi, i marchi di qualità, i tagli della carne suina, la gestione del prodotto al banco, il ruolo della carne nella dieta e la sostenibilità del settore.



L'Academy è stata **lanciata il 13 febbraio 2023** in un evento ad hoc realizzato in collaborazione con **Gdweek** (media partner dell'iniziativa). Ogni partecipante può **seguire il corso on demand, ottenendo anche un attestato ufficiale di partecipazione all'Academy, rispondendo alle domande del test finale**.

● Incontri e seminari diventano momenti di confronto per gli operatori del settore

Anche i seminari sono un importante mezzo per contribuire all'informazione degli operatori del settore diventando un momento di confronto. In questo ambito il 5 maggio 2022, nella Sala Plenaria di CIBUS a Parma, si è tenuto il seminario **"I CONSUMI DI CARNE E SALUMI IN ITALIA, BILANCI E PROSPETTIVE. La crisi delle commodities aumenta la pressione sui margini aziendali"**, durante il quale è stata condivisa la preoccupazione



cupazione per il futuro del settore dei salumi, colpito dagli aumenti dei costi delle materie prime e utilities. L'occasione creata a CIBUS è stata importante per fare luce sulle difficoltà del settore.

In virtù della convenzione siglata da ASSICA con il Banco Alimentare Onlus, il 30 settembre è stato organizzato un incontro digitale in partnership con lo stesso ente benefico intitolato **"LOTTA ALLO SPRECO: DA ATTIVITA' SOCIALE A STRATEGIA D'IMPRESA"**. Si è trattato di un webinar grazie al quale l'Associazione ha esplorato e spiegato le modalità e le implicazioni del conferimento al fine di favorire la traduzione delle eccellenze alimentari in risorsa, intensificando il ruolo dei salumi italiani nella lotta allo spreco alimentare.

● "Salumerie aperte" per la campagna Trust Your Taste



Dopo il successo della prima edizione è stata riproposta l'attività di **promozione nei punti vendita** mediante il coinvolgimento diretto - **per ben tre settimane** - di **66 punti vendita del "normal trade"** (il salumiere di fiducia). Queste figure professionali ancora una volta sono state protagoniste e portavoce dei messaggi della

campagna, supportando in particolare la distribuzione di materiale informativo - finalizzato alla **conoscenza** del prodotto e alla lotta contro le *fake news* su carne e salumi - e leaflet dedicati alla campagna all'interno del punto vendita. I locali, selezionati su **tutto il territorio nazionale** sono stati resi riconoscibili grazie all'apposizione di grafiche dedicate (vetrofanie, grembiuli personalizzati e materiale informativo) al progetto. In diversi esercizi sono anche stati presenti alcuni referenti dell'organizza-

zione per effettuare un breve sondaggio sul consumatore, al fine di registrare la conoscenza delle caratteristiche di salumi e carne suina. Per ogni questionario completato è stato regalato un ricettario esclusivo con preparazioni a "spreco zero", realizzato da un pool di nutrizionisti.



Il ruolo di IVSI: comunicare il presente e promuovere il futuro



ASSICA, allo scopo di promuovere il settore della salumeria italiana nel modo più efficace possibile intreccia la propria attività comunicativa in modo convinto e affiatato con quella dell'Istituto Valo-

rizzazione Salumi Italiani (IVSI). L'Istituto sviluppa da sempre un fitto palinsesto di iniziative finalizzate a valorizzare la salumeria italiana in tutti gli ambiti comunicativi di valore per il settore quali **contesti medico-scientifici, accademici, consumer e B2B, senza tralasciare l'attenzione ai rapporti con la stampa.**

L'Istituto dedica molte risorse anche alla **promozione all'estero** dove, in oltre 35 anni, ha realizzato Programmi in molti Paesi europei, asiatici e delle Americhe. All'interno del Sistema ASSICA, IVSI lavora infatti per diffondere la cultura dei salumi italiani nel mondo, alimentando, attraverso la propria opera di comunicazione, la conoscenza dei relativi aspetti produttivi, nutrizionali e culturali, sia in Italia che all'estero. Sempre più centrale per IVSI anche la promozione dello sviluppo sostenibile del settore. Nelle prossime righe il racconto dell'ultimo anno di attività dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani.

● Eventi, festival e congressi: nuovi format per la comunicazione medico-scientifica

La comunicazione in ambito medico-scientifico e nutrizionale rappresenta un elemento imprescindibile per l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani che, anche nel 2022, ha svolto una densa attività di divulgazione con l'obiettivo di comunicare il ruolo dei salumi in una dieta equilibrata, supportata dai dati scientifici disponibili. L'impegno profuso ha reso possibile la presenza all'interno sia di eventi di respiro divulgativo-scientifico di portata nazionale che dei palinsesti di divulgazione massmediali. Al fine di rispondere alle tante domande connesse alla corretta alimentazione, il 18 febbraio 2022 IVSI ha organizzato l'**evento "Food&Fit" in collaborazione con la piattaforma "Melarossa.it"** che rappresenta un punto di riferimento in materia di nutrizione per i propri utenti, con i quali condivide da oltre 20 anni approfondimenti e suggerimenti volti ad educare alla vita sana e alla consapevolezza della relazione diretta tra cibo e salute. Si è trattato di un appuntamento in *live streaming* condotto dalla giornalista Rai **Federica De Denaro**, trasmesso in diretta sul profilo Instagram e su Facebook Watch della pagina "Melarossa.it". Il talk show ha visto la partecipazione dalla showgirl **Roberta Capua**, di **Max Mariola**, cuoco, conduttore e youtuber e del nu-



trizionista e gastroenterologo dell'Università Campus biomedico di Roma **Luca Piretta**.

Dal 26 ottobre al 5 novembre 2022 l'Istituto ha presidiato il **"Festival della Scienza" di Genova** - dal 2003 evento di riferimento a livello internazionale per la diffusione della cultura scientifica - **con un laboratorio permanente dal titolo "Do you speak salumese?"**, presso la Piazza delle Feste, Area porto antico di Genova.

L'iniziativa ha avuto lo scopo di far conoscere ai più giovani l'evoluzione delle tecniche di lavorazione dei salumi e, in generale, il grande fascino e la storia della salumeria italiana.

Il laboratorio ha condotto i partecipanti alla scoperta del mondo dei salumi; profumi, forme e colori che contraddistinguono queste produzioni, affrontate con l'aiuto degli animatori scientifici del Festival, hanno accompagnato i visitatori in un viaggio unico fra gusto e conoscenza, per comprendere più a fondo parole e sensazioni di un settore colmo di storia e sapienza produttiva.



L'Istituto ha preso poi parte al **"39° Congresso SIMG"**, il più grande Congresso scientifico per Medici di Medicina Generale, che ha visto la partecipazione di oltre 3.000 professionisti, dei quali il 60% composto da giovani medici under 40. Fra i relatori della sessione online è intervenuto per IVSI il Prof. **Francesco Landi**, Direttore del Dipartimento di Scienze dell'Invecchiamento, Ortopediche e Reumatologiche del Policlinico "Gemelli" e Past President di SIGG - Società Italiana di Gerontologia e Geriatria, il quale ha realizzato due video pillole finalizzate a sottolineare il valore e l'importanza delle proteine animali all'interno di una dieta bilanciata, soprattutto in età matura. I contenuti realizzati dal Prof.

Landi hanno ottenuto un totale di oltre 2.000 visualizzazioni dal 24 novembre a fine dicembre 2022.

Il 17 gennaio 2023 IVSI ha organizzato un **Webinar in partnership con "Nutrimi"** - piattaforma di riferimento in Italia per l'aggiornamento sull'alimentazione e curatore di eventi formativi ECM - dal titolo **"A tavola con la GEN-Z: il ruolo dei salumi tra gusto, psiche e nutrizione"**. L'evento si è inserito nel percorso di valorizzazione nutrizionale dei salumi presso il target medico. Gli esperti chiamati in causa per dare forma all'approfondimento sono stati: **Mara Antonaccio**, biologa Nutrizionista e insegnante di Nutrizione al San Raffaele di Milano e Roma, **Guendalina Graffigna**, docente di psicologia dei consumi e della Salute Università presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore nonché Direttore di Engage Minds HUB Consumer & Health Research Center e **Monica Malavasi**, Direttore IVSI.

● **Articoli, trasmissioni TV e mass media: il settore sempre più protagonista**

L'**Ufficio Stampa** dell'Istituto cura i rapporti con tutti i media - **radiotv, carta stampata e web** - anche in rappresentanza di ASSICA, raccontando quello che accade nel mondo della salumeria italiana con il linguaggio e le necessità del media che si intende raggiungere. Attraverso diversi strumenti quali la diffusione di comunicati stampa, l'organizzazione di interviste, le conferenze stampa, sono state veicolate informazioni sui prodotti e sul settore, toccando nei diversi ambiti, temi di notevole interesse: dall'economia al gusto, dal benessere animale alle ricette, dalla crisi economica ai valori nutrizionali. Anche la rassegna stampa quotidiana e il monitoraggio delle trasmissioni radiotelevisive rientra nelle principali attività a presidio dei media.

Nel 2022 sono state tantissime le occasioni notiziabili, tradotte in ben **296 articoli su carta stampata** e **483 su web e agenzie di stampa**, per un **totale di 779 pubblicazioni**, con una **diffusione di 6.711.353**. Anche sul fronte radiotelevisivo, a livello associativo, si sono registrati risultati importanti con **75 interventi** per un'audience totale di **50.468.000**.

● **Si rinnova l'appuntamento con il Premio Reporter del Gusto**

Il 15 marzo 2023, nell'ambito del progetto europeo di IVSI, si è tenuta la **sedicesima edizione del "Premio Reporter del Gusto"**, riconoscimento che, negli anni, ha premiato oltre 130 firme, fra giornalisti italiani e stranieri, selezionati per il loro lavoro attento e preciso. Nelle ultime edizioni è stata anche istituita una sezione del premio dedicata alla sostenibilità.



La serata di premiazione, condotta da **Francesca Romana Barberini**, si è svolta a Milano presso il **Ristorante Cracco**, come nell'edizione precedente. Il Premio è stato ancora una volta l'occasione per valorizzare il lavoro dei giornalisti che hanno scritto o parlato della salumeria italiana. Oltre alla consueta rappresentanza di giornalisti italiani è stata premiata anche la stampa belga e francese, per celebrare il lavoro svolto nei due Paesi esteri in cui si svolge il programma europeo *Let's EAT - European Authentic Taste*, per un totale di **10 giornalisti insigniti**. Al termine della premiazione si è svolta la cena durante la quale è stato proposto un menu dedicato ai salumi, elaborato dal noto chef stellato che è anche Ambassador della campagna europea di IVSI.

I Reporter del Gusto 2023 della stampa italiana: **Carlo Cambi** (Sale&Pepe); **Monica Caradonna** (Raiuno); **Dario Carella** (Raitre); **Giuseppe De Filippi** (Mediaset); **Jacopo Fontaneto** (Il Gusto - La Repubblica); **Lorenzo Frassoldati** (QN - Quotidiano Nazionale); la **Redazione di Rai News 24** (ritira il premio Paolo Maggioni); **Aristide Moscariello** (Food); **Paolo Scotto di Castelbianco** (Il Messaggero). Per la stampa estera - Francia: **Véronique Gastin** (Food&Sens).



● Comunicazione "a tutto digital"

Il sito **www.salumi-italiani.it** si conferma sempre un punto nevralgico online di informazioni sul mondo della salumeria italiana. Attraverso le pagine del sito ufficiale dell'Istituto, infatti, gli utenti hanno potuto trovare news e aggiornamenti come quelli sulle iniziative organizzate da IVSI, le partecipazioni ai vari eventi del programma europeo *Let's EAT*, le notizie di costume, le ultime dal settore - provenienti anche da ASSICA e dai consorzi di

tutela - e le ricette, per portare gusto ed equilibrio in tavola. In questo modo, il sito ha **rafforzato la sua posizione di portale online della salumeria italiana**, unico nel suo genere, dando aggiornamenti su tutti i principali salumi italiani, mantenendo il traffico annuale a quasi **70.000 page views** organiche e confermando il ruolo di portavoce ufficiale per tutte le iniziative dell'Istituto. Anche nel 2022 è proseguita la **collaborazione con "La cucina di Calycanthus"**, il blog gestito da professionisti del mondo food ed esperti di fotografia, per pubblicare un piano editoriale di ricette interamente pensate e realizzate in esclusiva per IVSI. Le ricette sono state pubblicate al ritmo di due al mese, come in passato, nella sezione delle *Ricette d'Autore* del sito. Ciascuna di esse è stata poi anche condivisa sui social dell'Istituto (Instagram, Twitter e Facebook).

Per quanto riguarda i social media, i profili **"SalumiAmo"** hanno continuato ad animare le diverse community con contenuti originali o attraverso le condivisioni. La pagina **Facebook** è ancora quella che intercetta il numero maggiore di utenti, con circa 26.000 fan. Il canale **YouTube "SalumiAmoTV"** si conferma il canale social più seguito, arricchendo il traguardo dei **2 milioni di visualizzazioni totali** dei video caricati, dalla sua creazione. Si tratta di una importante conferma dell'attenzione rivolta ai contenuti multimediali connessi al settore della salumeria italiana. Nel 2022 ha raccolto oltre **65.000 visualizzazioni e 150 nuovi iscritti** al canale, portandosi a oltre **4.500 utenti totali**. La fascia d'età più rappresentata è ancora quella dei **25-44 anni**, che da sola raccoglie **oltre il 45% del pubblico totale**. Degli **oltre 250 video pubblicati**, la playlist che ha raccolto più views è quella composta dai **video educational** in cui si mostra la produzione di ciascun salume, dalla materia prima al prodotto finito. Il profilo *SalumiAmo*® ufficiale su **Twitter** ha invece circa **1.500 follower**, mentre quello **Instagram** conferma gli oltre **1.800 seguaci**.

● LET'S EAT! Tanti eventi e iniziative per la campagna europea di IVSI



Grazie al progetto europeo in atto è possibile rafforzare la presenza dei temi cari al comparto sia in Italia sia fuori dai confini nazionali. Infatti, da **aprile 2021 e fino a marzo 2024, è attivo** il progetto europeo **Let's EAT - European**

Authentic Taste, un programma triennale che si svolge in tre Paesi target - **Italia, Francia e Belgio** - in collaborazione con ASIAC - Association of Imathia's Agricultural Cooperatives Producers Organisation. Al centro del progetto la promozione dei salumi in abbinamento alla frutta allo scopo di **umentare la consapevolezza circa le**

caratteristiche dei prodotti oggetto della campagna, le **vendite** e le **esportazioni** degli stessi nelle tre nazioni protagoniste.

Tutta l'attività promozionale è supportata da un presidio di **ufficio stampa** e dal coinvolgimento di **opinion leader** appartenenti al settore alimentare. Operativa, inoltre, una piattaforma **online multilingua** (in italiano, inglese, francese e olandese) raggiungibile all'indirizzo www.europeanauthentictaste.eu, sulla quale vengono periodicamente pubblicate news e curiosità sul progetto e sul settore. Fra le pagine realizzate, anche quelle dedicate ai **4 brand ambassador** di progetto: **Carlo Cracco** (chef e personaggio televisivo), **Matteo Eydallin** (Campione del Mondo di Sci Alpinismo), **Paola Frascini** (Campione del Mondo nel pattinaggio artistico a rotelle) e **Tanya Gervasi** (modella e food blogger). A questo si aggiungono i profili social creati per ciascun Paese target su Facebook e Instagram. Completano gli strumenti di comunicazione un **esclusivo album di figurine**, realizzato in collaborazione con il **Gruppo Panini Editore**, e una mini-brochure informativa, che raccoglie highlights sui prodotti e le loro caratteristiche principali. L'album, realizzato in 24 pagine che ospitano 32 figurine, aiuta a scoprire in maniera divertente gli accoppiamenti unici fra salumi e frutta, presentando anche i 4 ambassador e il loro rapporto con questi prodotti.

● **Gli eventi in Italia della campagna Let's EAT: si punta sul gusto!**



La seconda annualità della campagna europea ha preso il via ufficialmente in Italia con il press event organizzato il 13 luglio 2022 presso il **"Sonia Factory"**, sede della redazione e spazio eventi di Sonia Peronaci, icona del mondo food e fondatrice della piattaforma **"Giallo Zafferano"**. Per l'occasione il team della Peronaci - con l'imprenditrice digitale in testa - ha realizzato una serie di ricette volte a valorizzare proprio i salumi e la frutta. All'incontro, oltre ad un nutrito numero di foodblogger e influencer, hanno preso parte Matteo Eydallin e Paola Frascini, due dei quattro ambassador della campagna. Con il progetto **Let's EAT** IVSI ha partecipato anche alla

diciottesima edizione di **Marca**, la fiera dedicata al mondo del *private label* che si è tenuta a Bologna il 12 e 13 aprile 2022. Lo spazio è stato animato in modo vivace e personalizzato, grazie ai colori e ai gadget della campagna, ed è stato anche protagonista di degustazioni focalizzate sull'abbinamento fra salumi e frutta. Per rafforzare l'impatto dell'azione, nei giorni precedenti la fiera, in **5 locali del centro di Bologna** è stato offerto a tutti i clienti un assaggio di salumi e frutta, diverso per ciascun locale e realizzato secondo lo stile e la creatività di ciascuno chef.



L'Istituto ha poi partecipato alla **prima edizione del Festival bolognese "C'È PIÙ GUSTO"** andato in scena a Palazzo Re Enzo il 5 e 6 novembre 2022 e promosso da **"Il Gusto"**, la testata che produce i contenuti food, wine & travel per il gruppo Gedi (La Repubblica, La Stampa, Huffington Post, Radio DeeJay, ecc.). Il Presidente IVSI, **Francesco Pizzagalli**, è intervenuto a **due talk**: il 5 novembre a **"L'Italia che scala il mondo"** e il 6 novembre a **"Siamo al verde"**, quest'ultimo con la partecipazione di **Maurizio Molinari**, Direttore La Repubblica. In occasione di tali interventi, sono state affrontate tematiche care al settore dei salumi: dalle qualità uniche dei prodotti di salumeria alle difficoltà per l'export, all'impegno dell'Istituto e delle aziende verso una sempre maggiore sostenibilità del settore.

Da sabato 28 a lunedì 30 gennaio 2023 - presso il Mi.Co. Milano Congressi - l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani è anche stato presente, insieme ai maggiori protagonisti del settore della ristorazione nel nostro Paese e non solo, a **Identità Golose**,



la diciottesima edizione del Congresso internazionale di cucina d'autore, pasticceria e servizio di sala più importante d'Italia e tra i più prestigiosi al mondo. In virtù della collaborazione con l'Associazione Italiana Ambasciatori del Gusto ogni giorno, nello spazio Let's

EAT, si sono alternate tre degustazioni a cura degli chef dell'Associazione.

● Tornano le "Restaurant Weeks" in collaborazione con gli Ambasciatori del Gusto

Dopo il successo della prima edizione, durante la quale sono state raggiunte circa 10.000 persone, nella seconda annualità sono state riproposte - dal 28 novembre al 18 dicembre 2022 - le **"Restaurant weeks" promosse sempre in collaborazione con gli "Ambasciatori del Gusto"**. Anche in questa edizione, in 10 ristoranti attentamente selezionati in tutto il territorio nazionale, ha avuto luogo la promozione del progetto Let's EAT che prevede un assaggio sia al naturale sia ricettato di salumi italiani e frutta greca rappresentata dai partner del progetto (pesche, ciliegie, pesche, pesche nettarine, kiwi e mela). I piatti sono stati "firmati" dagli chef dei ristoranti selezionati ossia: **Domenico Boccuzzi, Sapore Perfetto (Conversano-Bari), Vittorio Borgia, Bioesserì (Milano), Pasquale Caliri, Marina del Nettuno Yachting Club (Messina), Giuseppe Carrus Cucina.eat (Cagliari), Francesca Ciucci, La Ciambella Bar à Vin con Cucina (Roma), Stefano D'Onghia, Botteghe Antiche (Putignano-Bari), Andrea Graziano, FUD (Catania), Luca Marchini, L'erba del Re (Modena), Massimiliano Prete, Sesto gusto (Torino) e Marina Ravarotto, Ristorante ChiaroScuro (Cagliari).**



All'interno dei ristoranti sono anche state distribuite ai clienti dei locali le foodie bag brandizzate con l'immagine della campagna europea, contenenti un assaggio di salumi e frutta, per proseguire l'esperienza di gusto anche a casa. Il tutto è stato integrato con la diffusione di materiale informativo, l'album di figurine Panini della campagna e una comunicazione su stampa e web a supporto dell'iniziativa.

● I salumi italiani protagonisti in Francia e Belgio con la campagna europea Let's EAT

Sempre grazie alla campagna europea Let's EAT è stato possibile ampliare il respiro delle iniziative promozionali,

calcando con efficacia e costanza importanti palcoscenici internazionali. Infatti, dal 10 al 12 settembre 2022 IVSI ha partecipato, come nel 2021, al **Festival Omnivore di Parigi**, che si è tenuto nel polo espositivo cittadino all'interno del Parc Floral. Qui, salumi e frutta sono stati presentati in abbinamento ai tanti visitatori dello stand, soprattutto chef e operatori del canale horeca.

La presenza in Francia è continuata con la partecipazione di IVSI al **SIAL** (15-19 ottobre 2022), andata in scena a **Parigi** presso il Parc des Expositions de Paris-Nord. La fiera è stata scelta in virtù del grande potenziale del mercato francese, ribadito dalla positività dei valori dell'esportazione oltralpe della salumeria italiana.

Infine, l'Istituto è poi tornato per la seconda volta, dal 19 al 23 gennaio 2023, alla fiera **SIRHA di Lione**, presso il polo fieristico Eurexpo Lyon. Con uno stand ben riconoscibile grazie alle grafiche della campagna, posizionato nel padiglione 2, lo spazio **Let's EAT** ha offerto numerose degustazioni ed è stato punto di incontro per i rappresentanti delle aziende IVSI e i loro importatori.

Medesimo format fieristico ed eguale soddisfazione anche per la partecipazione di IVSI a **HORECA EXPO**, nel mese di novembre 2022, la più grande fiera professionale belga per il settore della ristorazione che si tiene a Bruxelles. Anche questa fiera ha offerto una valida visibilità a salumi e frutta; l'esposizione ha attirato infatti più di 51.000 visitatori e per l'edizione 2022 ha visto la presenza di oltre 600 espositori provenienti da diversi



paesi europei ed extraeuropei.

Gli impegni in **Belgio** hanno contato anche un **evento dedicato a stampa e social influencer**, con la press dinner organizzata il 23 novembre **presso il ristorante "Baaghera Bruxelles"** durante la quale sono stati degustati salumi italiani e frutta greca in piatti originali e innovativi, oltre che al naturale. Un'altra press dinner orientata a presentare le iniziative della campagna **"Let's EAT"** a giornalisti e food influencer si è tenuta il 20 settembre 2022 a **Parigi**, presso il nuovo ristorante **"La Maison Kalios"** dove sono stati serviti piatti tradizionali rivisitati creativamente dallo chef. In entrambi gli appuntamenti, prima della cena, i membri del team IVSI hanno valorizzato i prodotti della salumeria, la loro storia e il

rapporto col territorio, l'impatto economico del settore in Europa e nel mondo e l'impegno in materia di sostenibilità, in uno speech orientato a far conoscere ai giornalisti gli intenti del programma europeo. Alle press dinner hanno partecipato decine fra giornalisti e volti noti del panorama dei social media parigini e di Bruxelles. Infine, come avvenuto in Italia, anche in Francia e Belgio sono state organizzate le **"Restaurant weeks"** che hanno avuto la durata di quattro settimane a Parigi, nel mese di settembre, e di due settimane in Belgio, nel mese di marzo 2023.



● **Per un settore a prova di futuro: il supporto nello sviluppo sostenibile**

La sostenibilità è nel corso degli ultimi tempi divenuta sempre più centrale per le dinamiche del business, chiamando le aziende di ogni settore - agroalimentare in testa - ad una importante prova di evoluzione e trasformazione, con decisione orientata al miglioramento del profilo di sostenibilità ambientale, sociale ed economica delle imprese della salumeria italiana. Proprio per questo IVSI, grazie al suo passo affiatato con ASSICA, ha intensificato l'implementazione di **percorsi di formazione e iniziative in grado di supportare le aziende** in questo iter, **ricorrendo anche a partner esperti e autorevoli**: si sono così avvicinate diverse iniziative fra incontri di approfondimento, attività formative e collaborazioni accademiche.

Fra queste iniziative spicca il primo **Programma sul Reporting di Sostenibilità**, realizzato in collaborazione con il Segretario della Fondazione OIBR, Prof. Stefano Zamboni, nei primi mesi del 2022, allo scopo di fornire gli elementi di base e la conoscenza degli strumenti per la comprensione e l'implementazione della sostenibilità e delle sue molteplici implicazioni aziendali, con specifico riferimento al recente cambiamento nel sistema di reporting. A questo primo Programma è seguito il **secondo Corso** (successivo alla pubblicazione della direttiva europea CSRD) dal titolo **"Sostenibilità e Re-**

porting aziendale: dallo scenario normativo all'implementazione con focus sul settore salumi", articolato in 6 incontri settimanali, dal 24 febbraio al 31 marzo 2023, e che ha visto una sempre più nutrita adesione di rappresentanti aziendali di IVSI/ASSICA, con ben 71 partecipanti.

Altra significativa azione formativa coincide con il **Programma Best Practice in Action** realizzato insieme a Nativa e incentrato sull'identificazione di **azioni di miglioramento comuni per tutte le aziende del settore** con il fine di favorire lo scambio delle **buone pratiche** e di individuare strumenti di supporto nel processo collegato allo sviluppo sostenibile del settore. Questo percorso ha fornito numerosi contributi per la realizzazione del primo **"Programma Sostenibilità"**, pubblicazione realizzata



in tandem con ASSICA

che raccoglie *best practice* e impegni concreti di aziende e associazione verso un nuovo modello di impresa. Affermare e valorizzare la sensibilità e la proattività del settore rispetto allo sviluppo sostenibile è l'intento principale del documento che è stato

presentato a Roma, in occasione dell'Assemblea annuale ASSICA del 22 giugno 2022, e a Bruxelles, durante l'evento dell'8 marzo 2023 dal titolo **"Sustainability roundtable: different roles same goals"**.

Significativa anche la collaborazione con il mondo accademico, a cominciare dal patrocinio concesso al **progetto VIS** (Valore Impresa Sostenibile) dell'Università Cattolica di Piacenza i cui risultati sono stati presentati al convegno **"L'impresa della transizione"** organizzato il 14 marzo 2023, presso la prestigiosa Sala Negri da Oleggio dell'Ateneo milanese dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, che ha visto tra i relatori anche Francesco Pizzagalli, Presidente IVSI.



Il 3 febbraio 2023, l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani ha preso parte alla prima edizione del **"Festival del Management"**, promosso dalla "Società Italiana di Management" e dall'**Università Bocconi**. IVSI è stato invitato a raccontare, attraverso le parole del Presidente Pizzagalli, il percorso delle Aziende del settore verso il miglioramento del profilo di sostenibilità della salumeria italiana.

Sempre all'Università Bocconi l'Istituto valorizzazione

Salumi Italiani ha partecipato, per la quinta volta, al **"Salone della CSR e della Innovazione sociale"**. Nell'edizione 2022, intitolata "Connessioni Sostenibili", IVSI ha ribadito il proprio ruolo di promotore e supporto per le aziende della salumeria italiana verso lo sviluppo sostenibile del settore. L'istituto ha avuto spazio nel palinsesto degli incontri inaugurali dell'evento, il 4 ottobre, dando continuità e aggiornando gli addetti ai lavori sui risultati delle attività presentate in occasione delle precedenti edizioni. Si è posto l'accento sui percorsi formativi collegati alla sostenibilità fino al Programma Sostenibilità dell'Associazione.

Collaborazione e sinergia con il progetto Carni Sostenibili

CARNI



Sostenibili

Anche nel 2022 il lavoro svolto da "Carni Sostenibili" - nata nel 2012 dal progetto comune di ASSICA, ASSOCARNI e UNAITALIA - si è rivelato utile nel trattare gli argomenti legati al mondo delle carni con un approccio formativo e informativo che contribuisce a diffondere un'informazione equilibrata su salute, alimentazione e sostenibilità delle carni.

Fra le principali attività di questo progetto di comunicazione del 2022, spiccano di sicuro l'aggiornamento del rapporto su *"La sostenibilità delle carni e dei salumi in Italia"* e la decisione di commissionare alla Fondazione per la Sostenibilità Digitale un **rapporto sulla presenza delle tecnologie digitali in zootecnia**.

La prima pubblicazione, base scientifica per tutto il progetto di Carni Sostenibili e con autori Elisabetta Bernardi, Ettore Capri e Giuseppe Pulina, ha subito dei ritardi legati alla pandemia da covid, ma rappresenta un approfondimento dei temi già trattati in precedenza dall'Associazione. Oltre a salute, sicurezza, ambiente, benessere animale, economia circolare e lotta allo spreco, ampio spazio viene dato in questa edizione, data alle stampe nel maggio 2023, **alle proteine alternative come quelle della cosiddetta "carne sintetica"**.

Il rapporto sul **digitale in zootecnia**, invece, curato dal Professor Stefano Epifani dell'Università "La Sapienza" di Roma, oltre a tracciare un quadro su quanto le **tecnologie digitali** siano penetrate negli allevamenti italiani, mira a fornire una sorta di decalogo, e con esso tutta una serie di **consigli pratici e proposte operative per gli allevatori** su come sfruttare al meglio le opportunità offerte dalla digitalizzazione, soprattutto in chiave di una maggiore sostenibilità.

Come fatto nel corso degli ultimi tre anni, Carni Sostenibili ha anche continuato a collaborare con l'Associazione di Promozione Sociale "Il Refuso", e quindi con il Progetto

dei "Giornalisti nell'Erba", giovani e giovanissimi giornalisti ambientali (dai sette ai ventinove anni di età), **interessati anche al settore delle carni ed ai suoi impatti**. Oltre alla pubblicazione di un contenuto video di Carni Sostenibili sui propri canali e alla condivisione dello stesso attraverso i canali di Frascati Scienza, sempre gestiti da "Il Refuso", l'iniziativa più importante avviata con questa realtà è il cosiddetto "Progetto Scuole". In pratica, il team dei "Giornalisti nell'erba" (gNe) e de "Il Refuso" selezionano sei scuole (due di primaria, due di secondaria di primo grado e due di secondaria di secondo grado), a cui verrà presentato il libro *"Il Tempio della Dieta Mediterranea"*, in sei rispettivi incontri, di cui tre verranno svolti in modalità online e tre in presenza.

Tra le varie collaborazioni di Carni Sostenibili con altre realtà, vale la pena sottolineare da una parte la sempre più **stretta cooperazione con la European Livestock Voice (ELV)**, progetto di comunicazione di base a Bruxelles che vuole informare sia il pubblico generalista dell'Unione europea che i *decision maker* e le istituzioni UE **sull'importanza degli allevamenti, della zootecnia e dei cibi e dei prodotti di origine animale** per la società, l'ambiente, l'economia e le culture europee. La ELV, di cui Carni Sostenibili è di fatto il "braccio" italiano, include ora **quattordici membri**, dai produttori e trasformatori di carni ai mangimisti, dal settore di pelli e pellicce al caseario, fino all'acquacoltura ed ai professionisti della salute animale. Già due anni fa Carni Sostenibili ed European Livestock Voice hanno coprodotto i video su *"I nove paradossi della Strategia Farm to Fork"*, e adesso si prevede di condurre assieme un'intera campagna di comunicazione incentrata sul **benessere animale**, tema su cui sono concentrati attualmente le maggiori attenzioni in ambito europeo.

Altro aspetto importante a livello di collaborazioni: dal 2023 partecipano alla gestione del sito web di Carni Sostenibili (lato SEO) e dei suoi profili social due nuove realtà, due agenzie che cooperano nei rispettivi campi con il gruppo responsabile della comunicazione di Carni Sostenibili. Si tratta delle agenzie "Fattoria Creativa" (SEO e campagne adv) e "NaraMe" (co-gestione profili social media). Obiettivo, oltre ad una gestione più strutturata ed efficiente della comunicazione online dell'Associazione, è quella di muovere un primo passo verso un salto di qualità che porti Carni Sostenibili ad adottare una **strategia di comunicazione** più ambiziosa: ora che, dopo oltre dieci anni, il progetto ha una sua identità ed un suo seguito all'interno del settore carne e salumi, è necessario provare a **raggiungere un pubblico più vasto**. E l'inclusione di nuovi professionisti della comunicazione online è appunto un primo passo verso il raggiungimento di questo obiettivo.

La Disciplina delle Produzioni e i Consorzi

ISIT - Istituto Salumi Italiani Tutelati



Le produzioni tutelate si confermano fiore all'occhiello dell'agroalimentare di qualità italiano, sempre più apprezzate da un consumatore che riconosce e cerca prodotti con un richiamo ai territori.

Un settore, quello delle Indicazioni Geografiche, in continua crescita ma anche in continua evoluzione, come dimostra la riforma della politica di qualità in corso a livello europeo. Riforma del Regolamento base delle DOP e IGP che è una delle priorità strategiche da seguire con attenzione affinché possa risultare una leva realmente efficace per dare maggiore valore alle Indicazioni geografiche e rafforzare il ruolo e i compiti dei Consorzi di Tutela.

Ad ISIT (Istituto Salumi Italiani Tutelati) oggi aderiscono 19 Consorzi in rappresentanza di 23 prodotti DOP e IGP.

In veste di associazione dei Consorzi di Tutela dei salumi DOP e IGP, ISIT si pone come obiettivi istituzionali:

- sostenere la politica delle IG a livello nazionale, comunitario e internazionale
- promuovere e salvaguardare i salumi DOP e IGP italiani sia a livello economico che di immagine
- valorizzare la conoscenza e il significato delle certificazioni
- favorire un continuativo confronto tra i Consorzi promuovendo costruttive sinergie con le Istituzioni di riferimento per il settore
- monitorare l'evoluzione normativa ed economica del comparto
- svolgere una rappresentanza collettiva nei confronti di Enti e Istituzioni

Con l'obiettivo di incrementare la propria rappresentatività istituzionale, ISIT ha mantenuto alto nel corso dell'anno il presidio e le relazioni con le Istituzioni, nazionali e comunitarie. In questo ambito è stato anche ulteriormente rafforzato il coordinamento con ASSICA, con l'obiettivo di agire proattivamente sulle tematiche di comune interesse e di avere posizioni il più possibile di comparto e condivise.

Nel corso del 2022, è proseguito il percorso di potenziamento dell'Istituto volto a rafforzare accreditamento e autorevolezza in veste di associazione di riferimento del settore salumi DOP IGP. Un percorso di sviluppo su più direttrici: a livello di organico, di comunicazione e di

attività di relazioni istituzionali.

Consapevoli che le tematiche relative a dossier e normative che impattano sulle produzioni IG sono notevolmente aumentate, così come anche quelle che richiedono approfondite disamine e tempi di risposta veloci, è maturata la volontà di supportare la struttura attuale attraverso l'inserimento di un profilo di natura legale con l'obiettivo di offrire consulenza ai Consorzi e migliorare il coordinamento delle relazioni istituzionali a vari livelli.

È stata rafforzata la comunicazione corporate dell'Istituto, attraverso una maggior e più frequente comunicazione all'esterno di note e comunicati stampa istituzionali verso i media di settore e attraverso un presidio maggiore dei canali social per veicolare messaggi e posizioni dell'Istituto.

Nell'ambito del progetto di rafforzamento della comunicazione corporate, è stato anche deciso di rinnovare nel breve il nome e il logo dell'Istituto: proposta nata in seno al comitato operativo con l'obiettivo di rendere nome/logo più immediati e descrittivi della natura e degli scopi dell'Istituto.

Sono infine proseguite con sempre maggior continuità le sinergie con Istituzioni di riferimento, Masaf in primis e il coordinamento con le altri principali Associazioni del settore, sia nazionali che europee.

Diverse le tematiche che hanno tenuto banco e sulle quali ISIT ha posto attenzione e studio, fornendo anche, in più occasioni e vari livelli, il proprio contributo di natura sia tecnico che politico-strategico.

Facciamo riferimento, ad esempio, alla rivoluzione normativa in seno alla Commissione europea volta a promuovere il Green Deal europeo, attraverso una serie di misure per rendere maggiormente sostenibili la produzione di energia e lo stile di vita dei cittadini - e quindi dei consumatori - europei: tematiche e sfide che stanno fortemente influenzando il nostro settore produttivo e che, nel breve, definiranno il modello alimentare del futuro.

Centralità dei temi ambientali e di sostenibilità che hanno interessato anche la riforma della politica di promozione, che rischiava di vedere fortemente penalizzati alcuni settori - tra cui carni e salumi - in maniera discriminatoria: incisiva l'azione congiunta di ISIT, ASSICA e IVSI che ha portato un più che positivo risultato per quanto concerne l'accesso ai fondi promozione UE 2023, grazie anche ad una posizione di chiara contrarietà espressa dal Governo italiano. Dal programma è stato tolto il sottorequisito che richiedeva la necessità di allineamento con gli obiettivi del piano europeo per combattere il cancro, in particolare incoraggiando il passaggio a diete più vegetali, con meno carne rossa e lavorata, oltre ad altri alimenti classificati a rischio cancro (come le bevande alcoliche).

Due i temi di stretto coinvolgimento e impatto sui

Consorzi di Tutela su cui l'Istituto ha rivolto attenzione e impegno: la sopra citata riforma della qualità e le modifiche di numerosi disciplinari a seguito del percorso di revisione dei disciplinari delle DOP Prosciutto di Parma e Prosciutto di San Daniele.

L'iter di revisione del Regolamento UE sulle DOP e IGP è iniziato ad Aprile 2022 con la proposta della Commissione europea per la revisione del sistema IG. ISIT, in collaborazione con ASSICA e in coordinamento con le principali associazioni di settore italiane ed europee, si è attivato proattivamente per seguire il dossier e collaborare fattivamente con le Istituzioni di riferimento per perfezionare la proposta legislativa, nella convinzione sempre più condivisa che le IG siano asset centrale della politica agroalimentare europea e che i Consorzi giochino in questa un ruolo valoriale e strategico molto importante.

Ad aprile 2023 è stato approvato un pacchetto di proposte di emendamento da parte della Commissione agricoltura del Parlamento europeo che premia, da un lato, l'impegno degli stakeholder che hanno in prima linea seguito il dossier - tra cui ISIT - e dall'altro l'immane e prezioso lavoro (sia tecnico che politico) dell'On. Paolo de Castro che ha contribuito alla redazione di un testo finale di modifiche che migliora in modo sensibile quanto conteneva la proposta iniziale della Commissione. Fondamentale ora il lavoro del Governo italiano affinché nei triloghi interistituzionali si arrivi ad un testo definitivo condiviso.

L'iter di revisione dei disciplinari del Prosciutto di San Daniele e del Prosciutto di Parma - giunto ora al termine - rende necessario apportare relative modifiche anche a numerosi altri disciplinari, considerato l'approvvigionamento comune dal circuito suinicolo nazionale. Un percorso intrapreso dal comparto e condiviso da tutta la filiera che risponde alla necessità di aggiornare i documenti produttivi per consolidare ulteriormente la tutela e la valorizzazione dei prodotti, marcadone identità e distintività.

Confermato l'impegno anche nel fornire supporto e consulenza alle Istituzioni per rendere operativi strumenti legislativi di interesse per Consorzi e aziende, come, ad esempio, il bando Agea per l'affidamento della fornitura

di salumi DOP e IGP in aiuto alimentare agli indigenti. Sempre a sostegno delle aziende produttive - a fronte dell'escalation della pressione economica sulle imprese di produzione - la sensibilizzazione operata verso il Ministero, per chiedere a gran voce di convocare con urgenza il tavolo di filiera suinicola estendendo l'invito anche agli altri operatori indispensabili al funzionamento della filiera, quali i produttori di mangimi animali e Distribuzione Organizzata: si è veicolato in modo chiaro e diretto che le aziende del comparto risultano fra le più colpite dai rincari, strette nella morsa di una materia prima sempre più cara (diverse le motivazioni, tra cui i costi in continuo aumento dei mangimi e dell'energia) e di costi di produzione crescenti (l'utilizzo di energia, ad esempio, nei processi di lavorazione e conservazione è altamente impattante).

Nell'anno trascorso ISIT ha realizzato anche diverse iniziative al fine di promuovere, comunicare e valorizzare l'immagine e la qualità dei salumi tutelati, attraverso azioni rivolte al consumatore o target specifici in sinergia e collaborazione con i Consorzi, per promuovere un patrimonio agroalimentare che racconta e tramanda anche l'identità storica dei territori di origine. Le **iniziative di promozione** realizzate hanno dato ampio spazio alla comunicazione sui canali social, valorizzata anche attraverso un nuovo shooting fotografico che ha permesso di realizzare un efficace campagna su canali social (Facebook e Instagram) attraverso differenti filoni editoriali e storytelling valoriali per raccontare le caratteristiche distintive dei prodotti, il ruolo dei Consorzi di Tutela, l'utilizzo del prodotto in cucina...

ISIT ha poi, come di consueto, coordinato l'**Ufficio stampa collettivo** per diversi Consorzi aderenti all'Associazione, servizio finalizzato a garantire visibilità dei prodotti sui principali Media (stampa, TV, radio e web) e a trasferire la conoscenza del sistema delle Indicazioni Geografiche, inteso come valore delle certificazioni e degli aspetti identitari delle IG, tra cui il profondo legame con i territori di origine, in termini sia di sviluppo economico che culturale e sociale. L'attività si è svolta attraverso azioni di divulgazione e informazione sui Media e azioni continuative di pr/media relation con i giornalisti e influencer.



Oltre alla comunicazione di prodotto, è stata rafforzata la comunicazione corporate al fine di comunicare in maniera più incisiva e mediatica le posizioni politiche condivise sui temi più attuali e rilevanti per il comparto. È proseguito per tutto il 2022 e confermato per il 2023, il progetto in partnership con ASSICA che prevede la **fornitura dei dati mensili di mercato**, rilevati da Circana (ex-IRI, Information Resources Srl) società leader nel settore delle ricerche di mercato e nella consulenza per la gestione ed interpretazione del comportamento dei consumatori.

Il servizio ha l'obiettivo di fornire un monitoraggio mensile del mercato, fornendo rilevazioni sul mercato salumi a Peso Imposto e Peso Variabile, con focus a PI anche su molti prodotti DOP e IGP. Il Report inviato ai Consorzi e aziende prevede - oltre alle tabelle excel e la presentazione con i grafici - anche una nota di accompagnamento che ne descrive l'andamento e i principali trend del mese.

Infine, ISIT svolge con continuità il prezioso coordinamento dell'attività di **vigilanza collettiva e monitoraggio dei mercati** che ha interessato - per l'anno 2022 - oltre 1.100 punti di vendita sul territorio nazionale e circa 150 all'estero nei principali Paesi europei di riferimento: l'iniziativa - svolta attraverso la figura dell'agente vigilatore e in costante coordinamento con i singoli Consorzi - ha l'importante finalità di verificare che le produzioni certificate rispondano ai requisiti previsti e, soprattutto, prevenire o interrompere usi non consentiti delle denominazioni da parte di soggetti non autorizzati (evocazioni, usurpazioni, imitazioni, usi commerciali diretti o indiretti non consentiti,..) al fine di evitare danni, anche di immagine, alle produzioni DOP e IGP e impedire che il consumatore possa essere tratto in errore sulla vera origine e natura dei prodotti.

ISIT ha maturato negli anni un forte know how, sviluppando anche un applicativo proprietario per la gestione delle rilevazioni e l'inserimento e successiva aggregazione dei dati, dai quali si possono ricavare analisi puntuali e dettagliate.

Il monitoraggio dei mercati è dunque anche uno strumento molto importante di conoscenza delle dinamiche distributive nei vari canali (referenze, prezzi, tipologia di canali distributivi), sia per l'Istituto, che di riflesso anche per i singoli Consorzi.

● **Consorzio Cacciatore Italiano**



Il Consorzio, nato nel 2003, raggruppa oggi 23 tra le più importanti aziende della salumeria italiana e tutela la DOP "Salumini Italiani alla Cacciatora".

Alla guida, dal 2012, vi è Lorenzo Beretta, dell'azienda Salumificio

Fratelli Beretta SPA.

La produzione certificata del 2022 è pari a circa 4.100.000 kg.

Per quanto riguarda l'impegno sul territorio nazionale, il Consorzio prosegue con le attività di comunicazione che coinvolgono diversi media (social, stampa, radio) e con la realizzazione di eventi ad alto impatto mediatico. In merito ai progetti cofinanziati dall'Unione Europea - in collaborazione con il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP e il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna - che li vedono congiuntamente impegnati nella realizzazione di attività promozionali all'estero, è in corso di svolgimento il progetto Italia/Francia e sono ai blocchi di partenza i progetti in Belgio/Spagna e a Hong Kong, ripreso dopo la pausa forzata a causa della pandemia. Prosegue con continuità anche l'attività di vigilanza di mercato, confermando l'impegno del Consorzio nell'ambito delle cosiddette "pratiche commerciali svalorizzanti", ovvero quelle che rischiano di svalorizzare l'immagine della DOP. Ricordiamo che il Consorzio è stato da sempre molto attivo in quest'ambito, coordinando i produttori in azioni collettive di contrasto. Il monitoraggio del mercato si è svolto anche all'estero in Germania e Paesi Bassi.

● **Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP**



Il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP si è costituito nel 2001 e ad oggi conta 13 aziende consorziate, che rappresentano il 100% della produzione di queste IGP. Paolo Ferrari,

titolare del Salumificio Ferrari Erio & C., è alla guida del Consorzio dal 2006.

Nel 2022 la produzione delle due IGP modenesi si è attestata sui 2.400.000 kg.

Il Consorzio, impegnato nella custodia delle due antiche specialità gastronomiche italiane:

- riunisce e coordina le più importanti aziende della migliore salumeria italiana che producono queste IGP;
- garantisce i consumatori attraverso un'attenta vigilanza sul mercato, in Italia e all'estero;
- difende da possibili frodi gli autentici Zamponi e Cotechini Modena IGP;
- promuove Zamponi e Cotechini Modena IGP in Italia e all'estero.

Anche questo Consorzio è partner con il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna e con il Consorzio Cacciatore Italiano nei progetti cofinanziati dall'Unione Europea per la promozione dei prodotti all'estero.

● **Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna**



Nato nel 2001, il Consorzio associa 27 aziende ed essendo riconosciuto dal Masaf, svolge funzioni di tutela, valorizzazione e vigilanza erga omnes secondo quanto previsto dalla legislazione nazionale.

Presiede il Consorzio italiano tutela

Mortadella Bologna dal 22 aprile 2022 Guido Veroni che riveste, insieme al fratello Marco, il ruolo di Amministratore Delegato all'interno dell'azienda di famiglia.

Con una produzione di oltre 38 milioni di kg, si conferma per volumi prodotti il secondo Consorzio di tutela della salumeria italiana dopo quello del Prosciutto di Parma; nel 2022 ha registrato rispetto all'anno precedente un incremento della produzione del +1,3% e delle vendite del +2,5%, più marcato nel segmento dell'affettato che è cresciuto del + 9,2% (dati IFCQ certificazioni S.r.l.). In Italia la GDO si conferma il principale canale di vendita con una quota del 54%, seguita dal Normal Trade 29% e dal Discount 17%. All'estero Francia e Germania rappresentano i principali mercati di riferimento per le esportazioni, ma nel 2022 va segnalato un aumento significativo delle vendite in Spagna e in Gran Bretagna.

Il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna ha affrontato le sfide di questo difficile periodo puntando sulle garanzie, sui valori e sulle caratteristiche distintive che rendono unica ed inimitabile la Mortadella Bologna IGP.

Per accrescere la notorietà del prodotto e in particolare del nuovo logo consortile, si è deciso di proseguire la campagna informativa il cui concept esprime i valori della Mortadella Bologna: un prodotto simbolo del "saper fare italiano", il cui consumo è legato alla convivialità, al gusto e al piacere di godersi la vita, grazie anche all'heritage della sua storia fatta di tradizione e legami col territorio, espressione di una qualità unica ed inimitabile, garantita dal Consorzio. Sono state potenziate le attività che nel corso degli ultimi anni hanno dimostrato di avere un maggior ROI, che hanno ancora margini di incremento in termini di visibilità e i cui risultati sono misurabili e monitorabili, in primis il digital e gli eventi.

Nel 2022, sono aumentate anche le attività all'estero legate ai progetti a contribuzione pubblica da parte dell'Unione Europea:

- si è conclusa la promozione triennale sul mercato belga con azioni rivolte ai giornalisti e al Trade come educational tour, workshop, eventi e una costante attività di Public Relations;
- è partito il progetto in Francia, svolto in collaborazione con il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP e il Consorzio Cacciatore Italiano, per aumentare la penetrazione del prodotto in Francia, attraverso attività di ufficio stampa e pubbliche relazioni, pubblicità

stampa e online e organizzazione di eventi;

- il 1° marzo 2023 è partito il programma triennale di promozione in Spagna e Belgio, insieme al Consorzio Cacciatore Italiano e il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP. Il progetto ha tra le principali attività operative l'organizzazione di "Restaurant weeks", la partecipazione a fiere in Spagna e Belgio, educational tours per influencers ed operatori del Trade, tasting day nel Normal Trade, collaborazioni con Associazioni di categoria e promozioni nei punti vendita della GDO.

Hanno continuato ad essere invece sospese le azioni di promozione e comunicazione in Giappone e ad Hong Kong.