



IL PROGETTO

“Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY” è il progetto promosso da ASSICA con l’obiettivo di **migliorare il grado di conoscenza e consumo consapevole dei prodotti agricoli UE, attraverso la promozione della cultura produttiva della carne suina e dei salumi**, valorizzando gli alti standard europei e la grande tradizione storica che contraddistingue questo comparto. Il Progetto ha durata triennale (2024-2027), si svolge in Italia e Belgio e gode del co-finanziamento dalla **Commissione Europea** nell’ambito del **Regolamento (UE) 1144/2014** (Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli nel mercato interno).

ASSICA

Con oltre 70 anni di esperienza ASSICA gioca un ruolo centrale e sempre più strategico nel comparto, che rappresenta a livello nazionale. Con la campagna **“Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY”**, **ASSICA afferma e consolida tale ruolo anche a livello europeo** quale fonte autorevole di informazione e valorizzazione del settore.

FINALITÀ E TARGET

Le finalità di progetto sono simili nei due Paesi target ma in **Italia è stato pianificato anche un più massiccio e profondo coinvolgimento della filiera**. ASSICA con questo progetto intende infatti assumere un ruolo di informazione specifica nei confronti di alcune categorie professionali (oltre che del consumatore finale), in modo che una maggiore conoscenza dei prodotti e della loro genesi, della loro storia e delle caratteristiche uniche, si diffonda in maniera maggiore fin nei canali di vendita al pubblico.

- in **Italia**, la strategia mira a **rafforzare un maggior coordinamento e collaborazione all’interno della filiera ed aumentarne la conoscenza e sensibilità** tanto a monte (allevatori, produttori, trasformati), che a valle (Distribuzione Moderna Organizzata – DMO e Ho.Re.Ca.), che al proprio interno (operatori e aziende del settore macellazione e trasformazione), ai fini di migliorare l’immagine dei prodotti suinicoli europei presso i **consumatori** ed incrementare il loro livello di conoscenza.

Il progetto, attraverso la diffusione e circolazione di buone pratiche e la sensibilizzazione dei



consumatori, contribuirà a rafforzare questa consapevolezza e a stimolare comportamenti di acquisto informati e sostenibili. Le attività saranno realizzate in partnership **con le principali associazioni delle categorie interessate e con il coinvolgimento di autorevoli esperti (professionisti del settore, esperti della scienza e della nutrizione, dell'economia circolare e della sostenibilità)**, così da riuscire nell'intento di ottenere un aumento reale e duraturo della fiducia da parte dei consumatori.

- **in Belgio** la strategia si rivolge prevalentemente ai **consumatori**, focalizzandosi nell'evidenziare e raccontare le caratteristiche intrinseche dei prodotti suinicoli dell'Unione, così da migliorarne l'immagine, il percepito e rendere i consumatori più informati e consapevoli.

La strategia si completa in entrambi i Paesi **con azioni rivolte ai media e agli influencer in Belgio**, indispensabili per rafforzare il messaggio nei confronti del grande pubblico, con eventi e momenti di approfondimento di taglio più istituzionale, per dare coesione al comparto a livello europeo.

I MESSAGGI

Fra i messaggi/contenuti da veicolare ci si concentrerà in particolare su quelli legati ai **sistemi produttivi, ai valori nutrizionali, alla sostenibilità, al benessere animale** e alla crescente attenzione che gli operatori del settore dedicano a queste tematiche e, più in generale, alla qualità.

Key words: Reputation e Fiducia.

Il messaggio principale coincide con il nome della campagna "Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY", a sottolineare che il valore aggiunto della presente campagna è proprio l'essere contestualizzata nel più ampio quadro della **qualità dei prodotti europei** sostenuti dalla politica agricola comunitaria. Vi è poi il riferimento forte alla **fiducia**, "TRUST", che ingaggia direttamente il consumatore europeo, al "YOUR TASTE" cioè a scoprire il gusto e la qualità dei prodotti testimonial e quindi l'invito a trovare informazioni e di conseguenza a sceglierli "CHOOSE", e consumarli.

I PRODOTTI





La Carne suina: la carne di maiale è un alimento dall'elevato valore nutrizionale che contiene proteine di elevata qualità, vitamine del gruppo B, sali minerali e composti bioattivi. Dal punto di vista dei macronutrienti, la carne di maiale è simile a quella bovina, avicola o cunicola. Le carni suine sono sempre più di qualità, sicure, magre e ricche di proprietà nutrizionali. La qualità delle carni, infatti, si è evoluta nel tempo sotto la spinta di numerosi fattori di origine genetica, ambientale e alimentare per gli animali e per rispondere alle nuove richieste del consumatore.

I Salumi: la produzione di salumi è un'arte, un patrimonio culturale da preservare. Nel corso dei secoli, l'Italia ha accumulato un patrimonio di specialità gastronomiche, tra le quali spiccano oggi 43 riconoscimenti DOP e IGP per i prodotti a base carne, un vero e proprio fiore all'occhiello per il Made in Italy e un'assoluta eccellenza europea.

LE AZIONI

Oltre ad attività trasversali e continuative nei due paesi, quali il coordinamento, il monitoraggio, l'ufficio stampa e le pubbliche relazioni, l'aggiornamento del sito web e dei canali social, il progetto prevede specifiche attività, identificando in maniera precisa i destinatari e gli obiettivi specifici.

- Interventi informativi radio-tv in Italia: l'avallo della comunità scientifica è considerato imprescindibile per migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti dell'Unione e per aumentare la fiducia dei consumatori. Gli stessi esperti sono inoltre fondamentali per dare autorevolezza ai contenuti informativi rivolti ai vari anelli della filiera. Grazie ai rapporti consolidati dell'Associazione proponente verranno individuati circa una decina di opinion leader (nutrizionisti, dietologi, dietisti e altre figure professionali che a vario titolo si interessano di alimentazione ed esperti delle tematiche quali economia circolare o sostenibilità) chiamati a diventare portavoce del progetto verso il pubblico, con l'importante compito di tradurre le informazioni scientifiche in linguaggio comprensibile e insegnare come distinguere fra la vera informazione e le fake news.
- Advertising, sia su media tradizionali di settore per operatori (Italia) e per consumatori (Belgio) che online e su portali web di settore verso i consumatori (Italia e Belgio).



- Collaborazione con influencer i Belgio, i quali verranno invitati ad uno speciale incoming tour in Italia per conoscere dal vivo e in prima persona i luoghi di produzione e i territori dei prodotti testimonials. Verranno prodotti svariati contenuti sui loro profili social per diffondere consigli d'uso, ricette e tips anti spreco verso i consumatori belga.
- Digital Academy per i consumatori: l'Academy verrà potenziata attraverso la creazione di nuovi contenuti video ed il suo pubblico ampliato sia attraverso l'attivazione di una nuova sezione dedicata al consumatore sia attraverso la traduzione ed il doppiaggio dei già realizzati 9 video formativi. Anche questi video avranno un test a risposta multipla finalizzato al rilascio di un attestato di partecipazione.
- I contenuti video realizzati verranno rilasciati su una piattaforma di e-learning che permetterà sia ai professionisti di settore (operatori, chef, salumieri, banconisti) che ai consumatori ed amatori, di seguire l'intero corso e conseguire un attestato finale di partecipazione.
- La campagna coinvolgerà il consumatore attraverso la produzione di una serie di podcast in 10 episodi per coinvolgere ed affezionare il consumatore attraverso racconti di valori, produzione, territorio e tradizione, tra i veri temi. I contenuti video realizzati verranno rilasciati su una piattaforma di e-learning che permetterà sia ai professionisti di settore (operatori, chef, salumieri, banconisti) che ai consumatori ed amatori, di seguire l'intero corso e conseguire un attestato finale di partecipazione.
- Masterclass scuole alberghiere: verranno realizzate ogni anno 6 masterclass con gli studenti degli istituti tecnici e /o professionali alberghieri di tutta Italia. Le masterclass avranno una parte teorica e una pratica. La parte teorica sarà tenuta da rappresentanti di Assica che, oltre a presentare la campagna e i suoi obiettivi, svilupperanno nel dettaglio tematiche di attualità del settore grazie al coinvolgimento di figure specializzate come nutrizionisti, salumieri, storici dell'alimentazione, etc. La parte pratica sarà in collaborazione con gli chef dell'Associazione Ambasciatori del Gusto che presenteranno i salumi e la carne suina dal punto di vista della versatilità in cucina.
- Eventi per i consumatori e i media: la campagna sarà protagonista di uno stand ad Ecomondo, Rimini fra le più prestigiose manifestazioni del settore sostenibilità in Italia, e protagonista di eventi ad hoc, come ad esempio due appuntamenti PR annuali in Italia e in Belgio.



- Seminari e workshop per operatori ed eventi informativi per gli associati: l'attenzione all'informazione e alla formazione della filiera rappresenta un passaggio importante, rendere gli operatori portavoce e della qualità e delle caratteristiche dei prodotti con cui lavorano ogni giorno, sia all'interno che all'esterno della propria azienda. Per questo, ogni anno verranno organizzati 2 seminari informativi/formativi che coinvolgeranno ogni volta circa 120/150 operatori dedicati rispettivamente ad ognuna delle principali categorie: associati operatori del settore (macellatori, trasformatori, etc.), personale della distribuzione (banconisti in prevalenza). I seminari per il personale della distribuzione potranno vedere il coinvolgimento di una o più associazioni di riferimento in modo da raggiungere una platea maggiore, e verranno realizzati prevalentemente online tramite la formula del webinar. Per favorire la riqualificazione della filiera verrà inoltre organizzato ogni anno un evento informativo dedicato agli associati di ASSICA. L'evento coinvolgerà tutti gli associati, circa 180/200 per un momento altamente qualificante di informazione ma soprattutto di confronto e dibattito sia con gli organi associativi sia con esperti esterni
- Campagna informativa nei punti vendita: l'attività prevede il coinvolgimento della GDO puntando in particolare alla promozione della campagna tramite inserzioni online e su volantini e sulla distribuzione in loco di materiale informativo finalizzato alla conoscenza del prodotto. Allo stesso tempo la promozione ingaggerà anche i punti vendita normal trade dove i salumieri e banconisti riceveranno un kit promozionale e verranno formati ai fini della comunicazione della campagna ai clienti dei loro punti vendita, con consigli d'uso volti a promuovere anche il consumo di tagli meno pregiati o noti, con l'obiettivo di ridurre lo spreco alimentare, con ricette, tips, indicazioni nutrizionali e informazioni scientificamente fondate fondamentali per contrastare le fake news.

La grafica coordinata di progetto è stata attentamente aggiornata per creare continuità con il precedente triennio e per rappresentare al meglio gli obiettivi e i messaggi, in maniera coerente ed armonica con la comunicazione Istituzionale di ASSICA.

La campagna ha aggiornato la propria identità visiva anche grazie ad un originale shooting di oltre



Co-funded by
the European Union

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE HIGH
QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



30 scatti volto a valorizzare i prodotti testimonial. Le foto sono scaricabili dalla sezione press del sito istituzionale www.trustyourtaste.eu. Il sito è articolato in sezioni dedicate sia ai consumatori che agli operatori e account social sulle tre piattaforme più popolari:

Facebook: <https://www.facebook.com/TrustyourTastechooseEUita#>

Instagram: https://www.instagram.com/trustyourtaste_chooseeeu_ita/

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCkMa3-MaYNIDSoRY3k7sO3g>

