



Consorzio di Tutela Speck Alto Adige
Relazione annuale 2020



Indice

PREMESSA	5
PRODUZIONE	6
MERCATI DI SBOCCO E CANALI DI VENDITA	7
TIPOLOGIE DI CONFEZIONAMENTO	8
CONTROLLO QUALITÀ	9
VIGILANZA DI MERCATO	10
PROTEZIONE DEL MARCHIO	12
COMUNICAZIONE E MARKETING	13
Alto Adige	13
Italia	19
Germania	21
Progetti UE	22
Iniziative di mercato trasversali	24
ALTRE ATTIVITÀ	28
SpeckPost	28
Sponsorizzazioni di prodotto	28
Prodotti composti	28
Assemblea dei soci	29
Associati	29
I NOSTRI PRODUTTORI	30

Editore

Consorzio Tutela Speck Alto Adige
Via Portici 71
39100 Bolzano
www.speck.it

Redazione

Katrin Rottensteiner
Julia Watschinger, IDM Alto Adige
Martin Knoll

Foto

Consorzio Tutela Speck Alto Adige

Grafica

Friesenecker & Pancheri, BZ

Stampa

Ferrari Auer, Bolzano

Premessa

Dando seguito a una tradizione pluriennale, vi proponiamo una panoramica delle attività del Consorzio Tutela Speck Alto Adige nell'anno 2020.

Gli obiettivi che ci siamo prefissi restano immutati: il Consorzio persegue il costante miglioramento della qualità dello Speck Alto Adige IGP, adoperandosi per accrescere ulteriormente la notorietà del marchio e tutelarne da usi impropri.

Il 2020 è stato fortemente permeato dalla situazione di mercato delle materie prime e dall'emergenza sanitaria, con cui abbiamo dovuto confrontarci per l'intero anno. In tale contesto, ha assunto una rilevanza persino maggiore il lancio, a novembre, della campagna radiofonica nazionale "In realtà è Speck Alto Adige", volta a conferire ampia visibilità al marchio "Speck Alto Adige IGP". La campagna "Alto Adige Home Market", promossa da IDM, intende sfruttare le sinergie tra turismo e agricoltura allo scopo di potenziare i cicli economici locali e accrescere il valore aggiunto in Alto Adige.

In collaborazione con l'organo di controllo IFCQ, nell'anno trascorso, è stato verificato il rispetto delle disposizioni in materia di qualità lungo l'intera catena produttiva, dalla materia prima alla corretta presentazione del prodotto presso il punto vendita.

Nelle vesti di presidente del Consorzio e a nome dei produttori, colgo l'occasione per ringraziare il Presidente della Provincia Arno Kompatscher e l'assessore Philipp Achammer nonché tutti i collaboratori della Provincia Autonoma di Bolzano per la proficua collaborazione e il fattivo sostegno. Un sentito ringraziamento va anche ad Andreas Moser che, a fine giugno 2020, dopo essersi dedicato per 30 anni allo speck dell'Alto Adige, 23 dei quali come consigliere di amministrazione e 8 nel ruolo di presidente, ha lasciato il Consorzio. Desidero inoltre esprimere la mia riconoscenza a Matthias Messner per gli sforzi profusi nel ruolo di direttore del Consorzio negli ultimi 8 anni. Un grazie anche ai membri del consiglio di amministrazione e del collegio sindacale, ai componenti dei gruppi di lavoro, al direttore Martin Knoll e alla collaboratrice Katrin Rottensteiner.

Infine, intendo esprimere la mia gratitudine a tutti i partner che non ci fanno mancare il loro sostegno, contribuendo in misura decisiva al successo del Consorzio Tutela Speck Alto Adige.

Buona lettura!

Günther Windegger

Presidente del Consorzio Tutela Speck Alto Adige

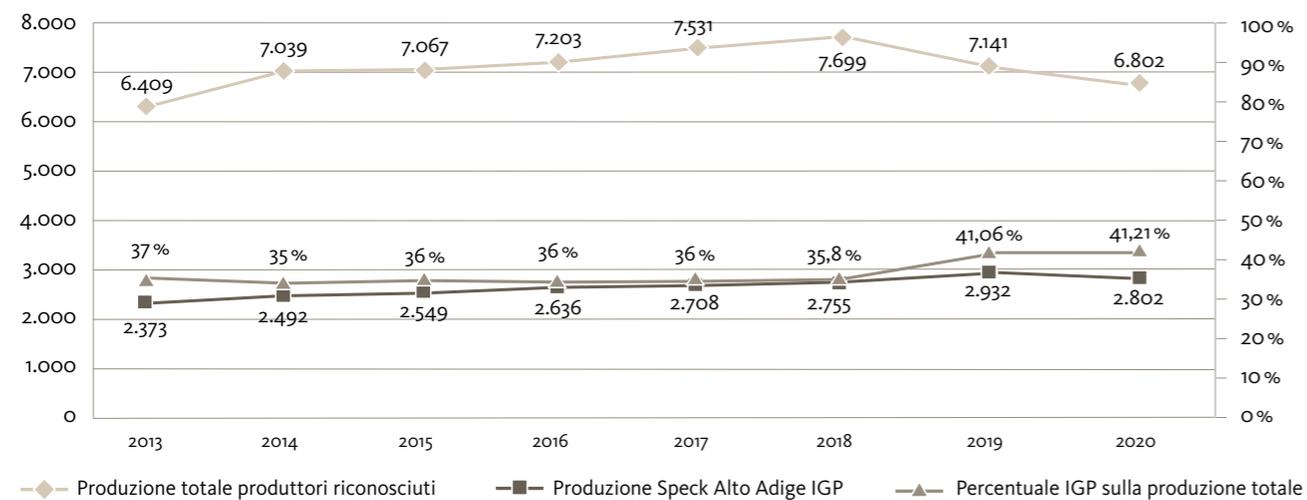


Produzione

Nel 2020 sono state contrassegnate con il marchio di qualità Speck Alto Adige IGP **2.802.310 baffe**. Questo corrisponde a 41,2% della produzione complessiva di speck dei

produttori del Consorzio di Tutela, evidenziando una lieve crescita del 0,1% rispetto al 2019. Si tratta della percentuale più elevata nella storia dello Speck Alto Adige IGP.

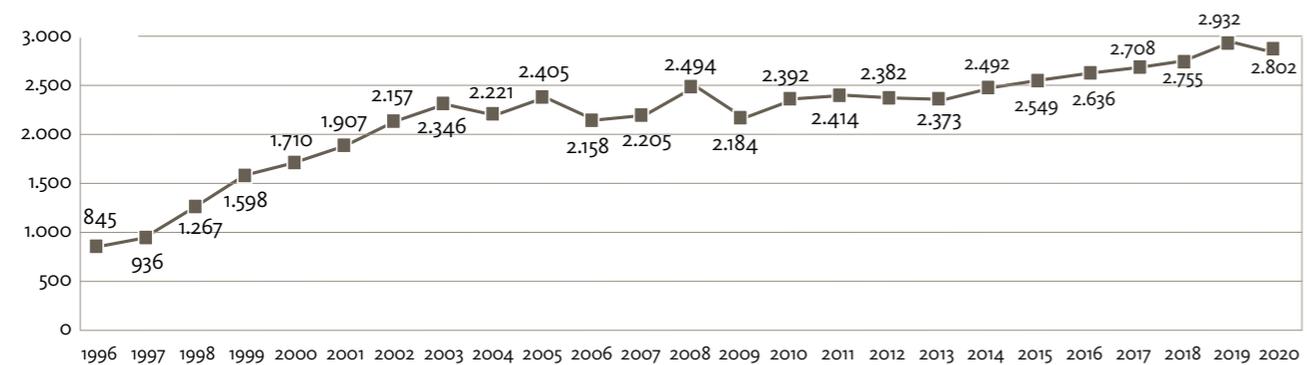
ANDAMENTO DEI DATI DI PRODUZIONE



Negli ultimi anni la produzione di Speck Alto Adige è cresciuta notevolmente. Dal 1996 al 2003 la produzione è aumentata costantemente e nei 10 anni successivi si rileva una stagnazione. La produzione del 2003 corrisponde all'incirca a quella del 2013. Negli ultimi anni si rileva nuo-

vamente una crescita della produzione. Questa tendenza non è proseguita nel 2020 e corrisponde a un calo del 4,4% rispetto al 2019.

ANDAMENTO STORICO 1996-2020 DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP



Mercati di sbocco e canali di vendita

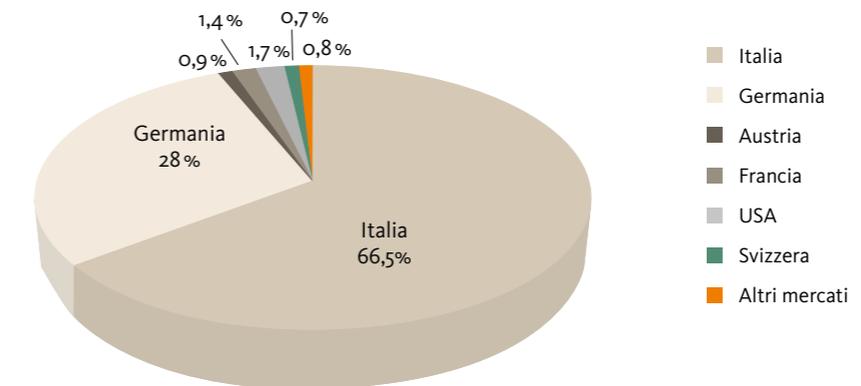
Il **66,5% della produzione** di Speck Alto Adige IGP viene commercializzato in Italia, principalmente in Alto Adige e nelle regioni settentrionali. Tuttavia lo Speck Alto Adige viene richiesto sempre di più nelle regioni meridionali e anche oltre i confini nazionali.

Con una quota export del **33,5%** lo Speck Alto Adige è uno dei prodotti di salumeria italiana più esportati. Il mercato d'esportazione più importante per lo Speck Alto Adige resta la Germania con il **28%**, seguito dagli USA (1,7%), dove la popolarità dello Speck Alto Adige è aumentata notevolmente negli ultimi anni, anche se, rispetto al 2019, l'export di Speck Alto Adige IGP negli USA è stato dimezzato. La Francia (1,4%), Austria (0,9%) e la Svizzera (0,7%) sono altri mercati d'esportazione. Il trend positivo dei mercati

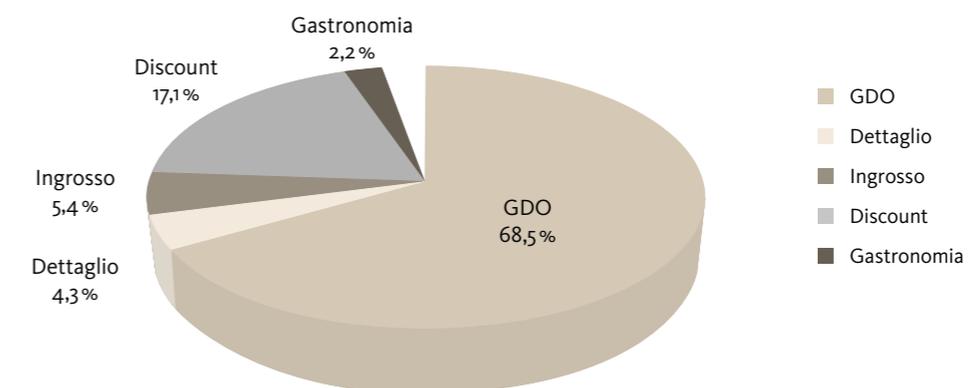
d'esportazione ha subito un rallentamento a causa della pandemia Covid-19. In altri mercati come il Belgio, Slovenia, Svezia, Paesi Bassi, Canada, Giappone e altri 20 Paesi sono stati esportati circa 0,8% della produzione.

In Italia il **68,5%** della produzione di Speck Alto Adige IGP viene venduta attraverso il canale della grande distribuzione (GDO). Seguono altri canali di distribuzione quali i discount con il **17,1%**, i grossisti con il **5,4%**, la vendita al dettaglio con il **4,3%**, la gastronomia con il **2,2%**. La vendita al dettaglio è particolarmente diffusa soprattutto in Alto Adige. Circa il 41% delle vendite di Speck Alto Adige IGP in provincia viene venduto attraverso il dettaglio e il 10,5% attraverso la gastronomia.

MERCATI DI SBOCCO DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP 2020



CANALI DI DISTRIBUZIONE IN ITALIA 2020



Tipologie di confezionamento

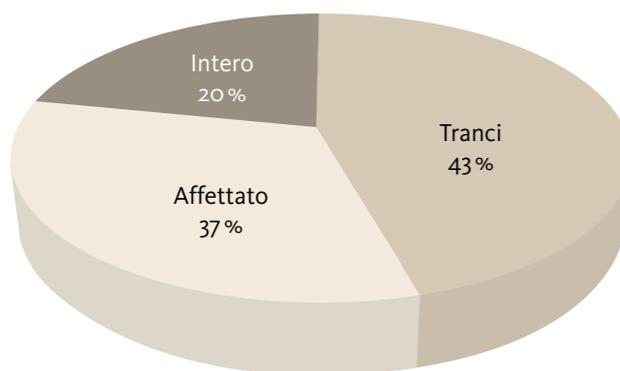
Nel 2020 sono state prodotte **44.783.524 milioni di confezioni di speck preaffettato**. Questo rappresenta un aumento di 16,6% rispetto al 2019. Lo speck preaffettato soddisfa ancora al meglio le esigenze dei consumatori moderni, i quali devono gestire bene il proprio tempo e danno grande valore alla comodità e praticità. Le famiglie diventano sempre più piccole e i produttori ne hanno tenuto conto investendo nel settore delle affettatrici per gli affettati.

Nel 2020 sono cresciute soprattutto le confezioni piccole: quelle da 50 g, 60 g e 70 g hanno registrato un forte aumento. Come negli anni passati anche nel 2020 la confezione da 100 g resta quella più venduta: ne sono state prodotte ca. 28,1 milioni di unità.

Complessivamente, nel 2020, il 37% della produzione è stato venduto affettato. Confrontando il numero di confezioni con la popolazione italiana, è stata consumata una confezione di Speck Alto Adige IGP dal 75% degli italiani.

AFFETTATO	2019 Unità	2020 Unità	%
50 grammi	321.220	498.479	55%
60 grammi	1.456.374	1.839.239	26%
65 grammi	0	41.380	
70 grammi	2.305.840	3.375.765	46%
80 grammi	1.492.566	1.895.874	27%
90 grammi	5.336.659	6.604.418	24%
100 grammi	24.022.367	28.109.871	17%
120 grammi	2.215.475	1.540.423	-30%
125 grammi	82.560	117.190	42%
130 grammi	544	0	-100%
150 grammi	421.343	417.509	-1%
180 grammi	324.097	0	-100%
200 grammi	4.925	2.186	-56%
240 grammi	6.181	2.790	-55%
300 grammi	402.896	330.196	-18%
500 grammi	18.278	8.204	-55%
700 grammi	20	0	-100%
Totale affettato	38.411.345	44.783.524	16,59%

TIPOLOGIE DI CONFEZIONI 2020



PANORAMICA SUL NUMERO DELLE CONFEZIONI

SPECK INTERO	2019 Unità	2020 Unità	%
Speck intero	550.976	505.620	-8,23%
Totale Speck intero	550.976	505.620	-8,23%

TRANCI	2019 Unità	2020 Unità	%
½ Speck	892.701	758.115	-15%
¼ Speck	465.495	560.742	20%
1/5 Speck	20	35	75%
1/6 Speck	236.755	186.217	-21%
1/7 Speck	471.583	309.484	-34%
1/8 Speck	2.163.719	2.301.967	6%
1/9 Speck	38.216	78.888	106%
1/10 Speck	1.864.363	1.817.316	-3%
1/11 Speck	350.352	358.887	2%
1/12 Speck	24.750	10.567	-57%
1/14 Speck	4.240	592	-86%
1/15 Speck	36.872	27.592	-25%
1/25 Speck	100	1.080	980%
1/30 Speck	498	810	63%
1/35 Speck	54.489	19.922	-63%
Totale tranci	6.604.153	6.432.214	-3%

Controllo qualità

I controlli di qualità dello Speck Alto Adige IGP vengono effettuati dall'istituto indipendente IFCQ Certificazioni e interessano l'intera filiera dalla materia prima fino al prodotto finito.

Nel corso dell'anno 2020 sono stati controllati **7 fornitori** di materia prima relativamente alle normative contenute nel relativo capitolato, con particolare attenzione alla tracciabilità della carne. Durante quest'anno particolare i controlli sulle materie prime sono stati effettuati telematicamente presso i 7 fornitori.

Nel corso del processo produttivo, i tre ispettori dell'IFCQ hanno effettuato **673 visite ispettive** e analizzato **179.411 baffe**, ovvero il **6,4%** della produzione di Speck Alto Adige IGP.

Alla fine del processo produttivo **303 baffe** di speck sono state sottoposte ad analisi organolettiche e **56 baffe** all'analisi delle caratteristiche chimiche.



Vigilanza di mercato

Da alcuni anni il Consorzio Tutela Speck Alto Adige collabora intensamente con Massimo Malnerich, ispettore riconosciuto e accreditato dal Ministero delle politiche agricole che controlla il corretto utilizzo della denominazione "Speck Alto Adige IGP" nei punti vendita a livello nazionale.



M. Malnerich

Complessivamente, nel 2020, sono state effettuate visite ispettive in 1053 punti vendita di Speck Alto Adige IGP in Italia. Oltre all'Italia sono stati compiuti 99 controlli all'estero (Germania e Austria) e supervisionate 200 pagine internet relativamente all'uso della corretta denominazione.

I controlli sul mercato riguardavano i seguenti aspetti:

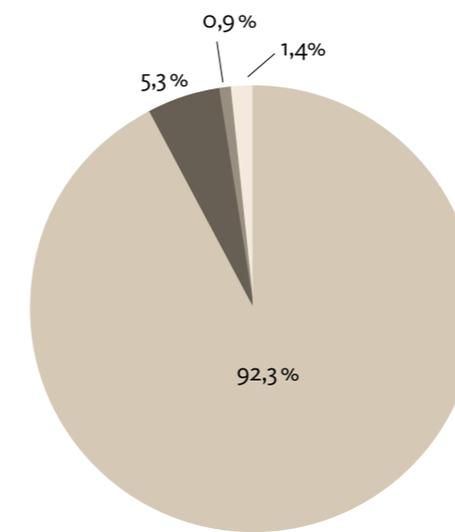
- > Indicazione della denominazione sul cartellino del prezzo del punto vendita
- > Conformità dell'etichetta del prodotto
- > Utilizzo della denominazione e del marchio sui volantini pubblicitari e nell'ambito delle attività promozionali
- > Utilizzo della denominazione per i prodotti preconfezionati.

In Italia, la maggior parte dei controlli sono stati effettuati nell'Italia settentrionale e nel centro Italia.

In Trentino Alto Adige sono stati controllati 36 punti vendita. Le visite ispettive sono state compiute nei diversi canali di distribuzione, ponendo particolare attenzione ai punti vendita delle catene dei supermercati. Sono state controllate anche le filiali di discount, negozi specializzati e ipermercati. Nel corso degli ultimi 9 anni sono state riscontrate soprattutto delle non-conformità. Mentre nel 92,3% delle visite di controllo non sono state riscontrate non-conformità sul prodotto o sul cartellino del prezzo, nel 6,7% dei casi la denominazione è stata riportata in modo incompleto sul cartellino segnaprezzo o sui volantini pubblicitari.

Gravi non-conformità sono state riscontrate nel 0,9% dei prodotti controllati: in alcuni casi si tratta dell'utilizzo scorretto della denominazione di origine "Speck Alto Adige IGP" per lo speck affettato e confezionato nel punto vendita; in altri casi del suo utilizzo per lo speck non marchiato.

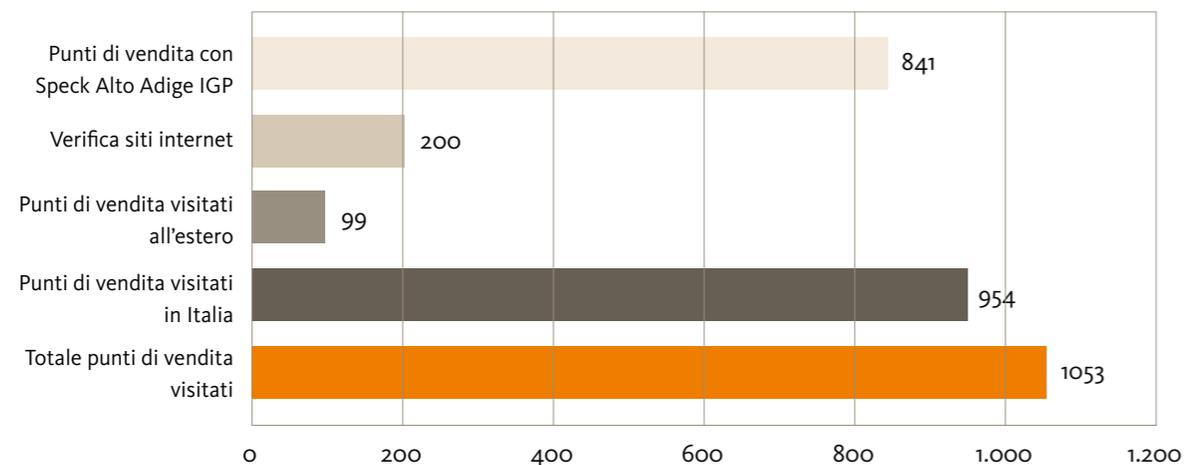
VIGILANZA DI MERCATO CONFORMITÀ ETICHETTATURA



- Prodotto conforme
- Utilizzo non corretto delle abbreviazioni denominazione "Speck Alto Adige IGP"
- Utilizzo della denominazione per prodotto preincartato
- Utilizzo della denominazione per speck non marchiato



VIGILANZA DI MERCATO – ETICHETTATURA DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP 2020



VIGILANZA DI MERCATO - QUALITÀ PRODOTTO

Nel 2020, in collaborazione con il Consorzio Controllo Qualità Alto Adige, sono stati svolti controlli di qualità al mercato. L'obiettivo di questi controlli era di coinvolgere la qualità percepita dai consumatori nell'attività di controllo per raggiungere uno standard il più uniforme possibile per la vendita dello Speck Alto Adige IGP. La vigilanza è stata accompagnata dal gruppo di lavoro qualità che semestralmente ha approfondito la valutazione insieme al Consorzio Controllo Qualità Alto Adige.

Il focus era soprattutto sulla consistenza e il colore dei pezzi. Complessivamente sono stati controllati **765 pezzi di speck**. Anche nel corso del 2020 sono stati svolti dei controlli presso punti di vendita dell'Italia del Nord e del-

la Germania. Il 50% dei pezzi sono stati controllati in Alto Adige, il 30% nell'Italia del Nord e il 20% in Germania.

I pezzi non classificati adeguatamente sono stati inviati all'Istituto di controllo IFCQ e al produttore. I controlli sul mercato hanno avuto un influsso positivo sull'ottimizzazione continua della qualità nell'anno 2020.

Inoltre, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige svolge dei controlli ad hoc in collaborazione con il Centro Consumatori dell'Alto Adige.

Protezione del marchio

Poiché lo Speck Alto Adige acquista una sempre maggiore notorietà sui mercati internazionali e la normativa europea sulle denominazioni tutelate non è riconosciuta al di fuori dell'Unione Europea, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha continuato lo studio sui marchi registrati con le denominazioni "Speck", "Alto Adige" e "Südtirol" nella categoria merceologica dei salumi.

Nel 2020 è stata portata a termine la registrazione del marchio in Cina. Inoltre, il marchio è stato registrato in Inghilterra, in modo da essere preparati per una "Brexit" senza accordo con l'Unione Europea. La tutela del marchio negli altri mercati risulta invariata e nel 2020 non è stato necessario rinnovare i marchi registrati.



Comunicazione e marketing

Su incarico del Consorzio Tutela Speck Alto Adige, anche nel 2020 IDM Alto Adige ha assunto la pianificazione strategica, il coordinamento e la realizzazione delle attività di comunicazione e marketing relative allo Speck Alto Adige IGP.

Nel 2020, il cuore delle attività è stata una campagna radiofonica nazionale. La campagna radiofonica nazionale "In realtà è Speck Alto Adige IGP" si è svolta con uno spot di 20 secondi sulle più grandi emittenti radiofoniche italiane e ha raggiunto una portata impressionante. La campagna radio di quest'anno è stata sostenuta da branded content e dalla collaborazione con influencer. La strategia di questa attività di comunicazione è stata sviluppata ancora una volta dal Gruppo di Lavoro Marketing del Consorzio Tutela Speck Alto Adige, in stretta collaborazione con IDM Alto Adige. La campagna è stata concepita per tre anni e proseguirà anche nel 2021.

Inoltre, sempre nel 2020, sono state adottate numerose misure di PR con l'obiettivo di aumentare ulteriormente

la visibilità dello Speck Alto Adige IGP e di rafforzarne l'immagine. Il lavoro di stampa comprendeva il mantenimento continuo dei contatti esistenti e l'instaurazione di nuovi contatti con giornalisti e media specializzati, l'invio di comunicati stampa e l'organizzazione di un progetto con Gastronauta, diverse semine e viaggi informativi in Alto Adige per la stampa e i blogger.

Inoltre, lo Speck Alto Adige e i suoi innumerevoli usi sono stati pubblicizzati attraverso la diffusione di ricette accattivanti e varie collaborazioni con i blogger. Anche i canali di comunicazione aziendali, come il sito web www.speck.it, la fanpage di Facebook "Südtirol für Feinschmecker" (Alto Adige per buongustai) e il canale Instagram @taste-southtyrol, costantemente utilizzati e ampliati, sono stati fondamentali per una comunicazione strategica.

Le attività di marketing di quest'anno sono descritte in dettaglio nelle pagine a seguire.

ALTO ADIGE

PIACERE, TRADIZIONE E DIVERTIMENTO: LA FESTA DELLO SPECK QUESTA VOLTA SOLO ONLINE

Purtroppo, nel 2020, a causa del coronavirus, non ha potuto avere luogo la tradizionale Festa dello Speck in Val di Funes. Nello spirito della manifestazione, quest'anno lo Speck Alto Adige IGP è stato ricordato in modo particolare a livello digitale. La Speck Queen 2019 e alcuni influencer che erano sul posto durante la Festa dello Speck nel 2019, hanno pubblicato le loro esperienze e ricordi sul canale Instagram @speckaltoadige, sotto forma di vari racconti e post. Questa iniziativa è stata in grado di raggiungere molte persone e di generare una costante e crescente interazione con le persone.



LO SPECK ALTO ADIGE IGP NELLA GASTRONOMIA LOCALE

Nel 2020, il Consorzio ha proseguito la propria attività nel settore della gastronomia altoatesina, adoperandosi per accrescere la consapevolezza degli operatori per lo Speck Alto Adige IGP. Lo scopo è quello di individuare le aziende capaci di esaltarne con maestria il gusto, promuovendosi quali ambasciatrici della qualità del prodotto o diventando tali grazie alla creazione di una partnership.

Oltre a curare le relazioni già consolidate, è stata approntata una campagna di mailing rivolta a nuove aziende del settore gastronomico. Allo scopo, la procedura di iscrizione è stata trasferita sul portale www.speck.it: qui, i potenziali partner hanno potuto registrarsi autonomamente, scegliendo tra svariate misure di supporto sotto forma di buono, influencer marketing o serata a tema. Per contro, gli esercizi si sono impegnati ad acquistare lo speck Alto Adige IGP e ad esaltarne le qualità nella loro offerta culinaria.

Una comunicazione adeguata costituisce un reddito valore aggiunto per l'azienda e i suoi clienti, potenziando al contempo il marchio Speck Alto Adige IGP e accrescendo la sua notorietà tra gli ospiti.

Sebbene rilevante, la domanda di prodotti tipici da parte

dei turisti nel settore gastronomico viene sfruttata solo di rado come possibilità di commercializzazione.

Perché la gastronomia altoatesina è così importante?

Gli ospiti che giungono in Alto Adige per trascorrere le loro vacanze vantano tutti i presupposti necessari per assumere il ruolo di ambasciatori del prodotto. Maggiori sono i punti di contatto creati, più la notorietà del marchio e l'immagine dello Speck Alto Adige IGP ne escono rafforzati, con conseguenti benefici per tutti i produttori. Parlare di "speck" non è sufficiente: è la denominazione "Speck Alto Adige IGP" a fare la differenza.



ACCADEMIA DELLO SPECK

Anche nel 2020, il Consorzio Speck Alto Adige IGP, in collaborazione con l'Accademia del Vino dell'Alto Adige, ha proposto una vasta gamma di interessanti percorsi formativi. L'Accademia dello Speck consente a tutti gli interessati di conoscere più da vicino la straordinaria ricchezza di sfaccettature di questo prosciutto crudo. Esperti quali il sommelier Paolo Tezzele divulgano il loro sapere, abbinando i propri prodotti allo Speck Alto Adige IGP. Anche durante il difficile anno appena trascorso, è stato proposto il corso "Speck e Vino" cui hanno aderito 11 partecipanti. A causa della pandemia, invece, i corsi "Diploma di esperto dello speck", "Speck e Formaggio" e "Speck Abbici" non hanno potuto aver luogo.



PARTNERSHIP CON ALBERGHI

Per potenziare il canale locale HoReCa, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha portato avanti le collaborazioni strategiche con i noti gruppi alberghieri DolceVita Hotels e Vinum Hotels Alto Adige. Con entrambi e con le loro 33 rinomate strutture associate sono state promosse svariate iniziative di marketing volte ad avvicinare ospiti e collaboratori al prodotto. Particolare attenzione è stata posta all'inserimento dello Speck Alto Adige IGP nella colazione a buffet.



RIVENDITORI

La maggior parte degli esercizi gastronomici della provincia acquista lo Speck Alto Adige IGP presso rivenditori locali. Il settore è stato riorganizzato, accrescendo la percezione del prodotto. Le collaborazioni instaurate con Wörndle Interservice, Gastrofresh e Foppa sono state potenziate con lo scopo di conferire una maggior rilevanza allo Speck Alto Adige IGP presso i rivenditori e sensibilizzare il comparto vendite riguardo alla qualità del prodotto.



Südtiroler Speck: neue Ideen für die Gastronomie.



Eine Kooperation von Wörndle Interservice und Südtiroler Speck Konsortium

SERVIZIO DI CONSEGNA PER L'ALTO ADIGE

Per continuare a garantire a tutti i buongustai l'inconfondibile sapore dello Speck Alto Adige IGP anche durante il difficile periodo della primavera scorsa, sono molti i produttori che hanno deciso di proporre un servizio di consegna diretto delle proprie prelibatezze in tutto l'Alto Adige: non solo speck, dunque, ma anche altri insaccati e specialità. Lo shop www.speck.it è stato aggiornato con i produttori partecipanti, inserendo tutte le informazioni relative a ordini, condizioni di spedizione e tempi di fornitura. L'iniziativa è stata promossa mediante uno spot radiofonico su Südtirol 1, un articolo sul settimanale ff, svariati contributi su Facebook e un banner sulla piattaforma online watten.org.



SPECKAPERITIVO WINTER EDITION

Il programma, articolato nei cinque fine settimana di marzo, prevedeva che sette rifugi selezionati del comprensorio sciistico e alpestre Gitschberg Jochtal - Rio Pusteria proponessero uno spuntino a base di Speck Alto Adige IGP, ricettato con un approccio moderno e innovativo, da accompagnare al drink perfetto. La manifestazione è stata promossa con uno spot radiofonico mandato in onda su Südtirol 1, Radio Holiday e Radio NBC, prevedendo, per ognuno dei cinque appuntamenti, la presenza di un fotografo di STOL on Tour che immortalasse l'evento. Speckaperitivo Winter Edition è stato pubblicizzato anche su Facebook e Instagram nonché mediante brochure e manifesti in loco. L'evento si è concluso l'8 marzo, con la chiusura della stagione sciistica, dopo due week-end di successo.



“SIMPLY GUAT”: TERZO ANNO DELLA SERIE DI RICETTE

Il progetto “Simply guat”, invece, comprende una serie di video ricette stagionali disponibili su www.stol.it. Una giovane food blogger altoatesina e un esperto chef amatoriale hanno ideato rispettivamente sei ricette a base di Speck Alto Adige IGP e altri prodotti altoatesini con marchio di qualità. Le innovative ricette create dalla giovane food blogger erano in linea con la stagione autunnale. Per la stagione invernale, invece, un'esperta cuoca

amatiorale ha creato delle ricette adatte anche alle festività natalizie. Tramite le video ricette, cucinare da casa non è mai stato così facile. Gli chef hanno pensato a qualcosa di buono per ogni occasione e per soddisfare ogni palato, sempre utilizzando prodotti di qualità altoatesini come ingredienti principali. Tutte le ricette sono facili da preparare e dal gusto “guat” ovvero convincente!



“NATALE SENZA SPECK ALTO ADIGE IGP? SEMPLICEMENTE INIMMAGINABILE.”

Lo Speck Alto Adige non può mancare sulle tavole delle feste natalizie in Alto Adige. Il 9 dicembre 2020 è stata lanciata l'iniziativa locale sulle emittenti tedesche di RMI e sull'emittente italiana NBC. L'offerta di RMI è composta da 8 stazioni radio. Quest'ultime coprono oltre 100 frequenze in tutto l'Alto Adige con una portata giornaliera di 194.000 ascoltatori, impossibile ottenere un'audience maggiore in

Alto Adige. Con oltre 117.000 ascoltatori, NBC è la radio italiana più ascoltata in Trentino-Alto Adige. L'obiettivo dell'iniziativa “Natale senza Speck Alto Adige IGP? Semplicemente inimmaginabile.” è stato quello di sostenere la vendita dello Speck Alto Adige IGP online e anche nei vari punti vendita. Fino al 23 dicembre 2020 lo spot radiofonico è stato trasmesso ripetutamente sui vari canali radio. La campagna è stata promossa anche attraverso banner online sui siti FF, Südtirolnews e Altoadige con un totale di 204.000 pagine viste, post sui social media e articoli pubblicati sui settimanali Dolomiten Magazin e FF.

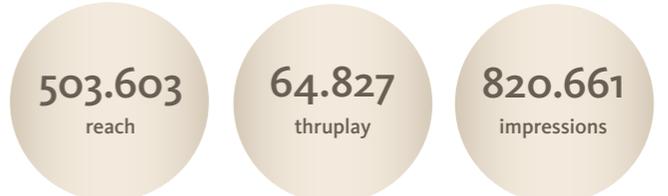


social media
periodo: 13 - 23/12/2020
204.000
impressions

I PRODUTTORI DI SPECK SI PRESENTANO

Chi sono le persone dietro lo Speck Alto Adige IGP? Come deve essere il giusto mix di spezie per lo Speck Alto Adige IGP? Qual'è il significato del marchio europeo “Indicazione Geografica Protetta” per ciascuno dei 29 produttori? Per far conoscere i produttori che, con molta diligenza e competenza, producono lo speck altoatesino di alta qualità, ogni mese è stato nuovamente presentato un breve video del “Produttore del mese” sulla pagina Facebook “Südtirol für Feinschmecker - Prodotti tipici dell'Alto Adige”. Questi video, di 30 secondi ciascuno, sono stati creati dai ritratti di tutti i produttori girati nel 2016 da SDF/Vi-

deo 33 e da allora sono disponibili anche su www.speck.it alla voce “Produttori”. Già avviata nel gennaio del 2018, la campagna d'immagine su Facebook, nel 2020, è stata indirizzata ai cittadini della Germania meridionale e dell'Italia settentrionale.



AMPIA ATTENZIONE PER I PRODOTTI ALTOATESINI: CAMPAGNA ALTO ADIGE HOME MARKET

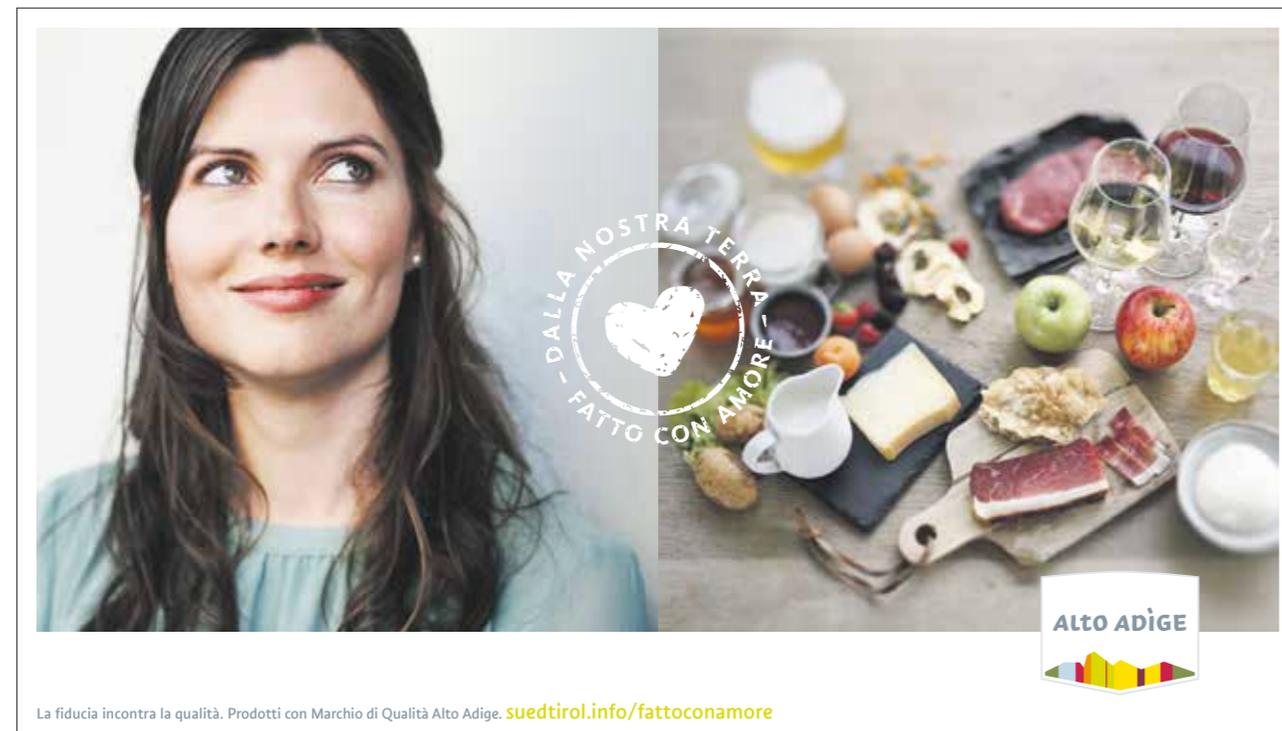
Le vette scoscese incontrano i vigneti, le attività sportive incontrano il piacere culinario: ad apprezzare l'Alto Adige non sono solo gli ospiti, ma anche i residenti. IDM risponde con una campagna intersettoriale a favore dei prodotti di qualità dell'Alto Adige e delle vacanze vicino a casa, partita a fine settembre 2020 e destinata a durare tre anni. L'obiettivo è aumentare la consapevolezza della popolazione locale, degli ospiti e del settore HoReCa verso i tesori dell'Alto Adige e, allo stesso tempo, incentivare l'utilizzo dell'offerta locale. Oltre ai prodotti di qualità saranno promosse attività sportive, infrastrutture turistiche e attività culinarie. L'elemento di congiunzione tra settore agricolo e turismo è il marchio ombrello Alto Adige.

Un importante elemento della campagna è la presenza mediatica sui quotidiani e magazine locali, sui social media, in radio nonché nella

pubblicità esterna. Il settore alberghiero e la ristorazione locali saranno incentivati a utilizzare i prodotti di qualità dell'Alto Adige tramite una brochure argomentativa, eventi formativi dedicati ai prodotti e ulteriori iniziative. Alla fine di dicembre la campagna aveva registrato quasi 70.000 accessi su suedtirol.info/fattoconamore. Di particolare rilevanza: la durata della permanenza si è attestata in media tra quattro e cinque minuti – un risultato da record.

70.000
accessi

4-5 min.
permanenza
media



ITALIA

SECONDO ANNO DELLA CAMPAGNA "IN REALTÀ È SPECK ALTO ADIGE IGP"



Per la seconda volta e per tutto il mese di novembre è rimasta attiva la campagna "In realtà è Speck Alto Adige IGP" dove sono state coinvolte le principali emittenti radiofoniche e i social network.

La campagna nazionale radiofonica, iniziata lo scorso anno, riesce ad arrivare al grande pubblico facendo conoscere le peculiarità uniche e genuine dello Speck Alto Adige IGP.

Versatile e leggero, leggermente affumicato e speziato, queste le caratteristiche che rendono il prodotto davvero unico. L'obiettivo principale della strategia di comunicazione è stato quello di sviluppare il segmento dello Speck Alto Adige IGP attraverso l'aumento degli acquirenti e l'incremento della frequenza di consumo da parte dei consumatori attuali.

Lo spot, della durata di 20 secondi e presentato all'interno di un party tra amici, è stato trasmesso per tre settimane, dal 1° al 14 novembre e dal 21 al 28 novembre con una stima totale di 85,07% di audience.

Quest'anno alla campagna è stato affiancato anche branded content. Il portale Agrodolce ha pubblicato, sul sito web e sui social media, una video ricetta e cinque articoli inerenti all'utilizzo dello Speck Alto Adige IGP in cucina. Cucchiaino d'Argento, invece, ha pubblicato una video ricetta e un articolo long form sul proprio sito web, su Facebook e Instagram.

Anche gli influencer hanno contribuito significativamen-

te al successo della campagna: ne sono stati scelti sette, i quali hanno ideato delle gustose e stuzzicanti ricette, dove lo Speck Alto Adige IGP la fa da protagonista.

Grazie a questa campagna siamo riusciti ad ottenere un indice di ascolto molto alto. L'agenzia che ha creato questa iniziativa è White, Red & Green, mentre la pianificazione è stata affidata alla media agency PHD.

2 Mio.
impression &
page view

10
emittenti
nazionali

media di visite al
blog/mese
640.000

85 %
del target
raggiunto



PROGRAMMA PR: EVENTI, VIAGGI E MAILING PER GIORNALISTI E BLOGGER

Comunicati stampa

Comunicati stampa hanno fornito alla stampa specializzata e al pubblico importanti e approfondite informazioni sullo Speck Alto Adige IGP. Contenuti nuovi e variegati hanno determinato il lavoro con i media online e offline nonché un intenso e continuo scambio digitale con i giornalisti.

79

comunicati stampa

Viaggi stampa e blogger

Per poter presentare ai giornalisti selezionati lo speck altoatesino, le sue origini e i suoi molteplici usi in cucina, anche in loco, sono state organizzate trasferte in Alto Adige, sempre tenendo conto delle restrizioni dovute al Covid. Giornalisti di diverse riviste come "Cucina Italiana", "Bartù Magazine" e "The Cube" hanno così potuto conoscere il mondo dello Speck Alto Adige.

Collaborazione con Gastronauta

Tra maggio e luglio 2020 abbiamo sviluppato un piano editoriale condiviso con la redazione di Gastronauta, secondo il formato originale "Le Merende di montagna con Speck Alto Adige IGP". Ogni due settimane la redazione ha costruito e pubblicato contenuti redazionali, 4 in totale, relativi al prodotto, taglio, food e nutrizione.

Il Gastronauta è un cacciatore del gusto, che utilizza il cibo come strumento per conoscere storie, tradizioni, luoghi, uomini e paesaggi. L'utente medio del sito appartiene a una nicchia di mercato che cerca contenuti di qualità come chiave di comunicazione e scambio.



La merenda con Speck Alto Adige IGP: i pancake

Una ricetta nutriente, fresca e leggera per festeggiare il solstizio d'estate

GERMANIA

ATTIVITÀ PR GENERALI

I contatti con i media sono stati mantenuti ininterrottamente durante tutto l'anno. Oltre alle tematiche già consolidate, sono stati proposti alle redazioni nuovi argomenti. Specifici mailing alla stampa e nuovi contenuti hanno

fornito ai media numerose occasioni redazionali. Misure mirate di PR e collaborazioni con i blogger hanno garantito sul mercato tedesco una grande visibilità dello Speck Alto Adige IGP.

COLLABORAZIONE CON I BLOGGER KLARA & IDA E PATRICK ROSENTHAL

Nel corso del 2020 sono state organizzate due collaborazioni a pagamento con blogger. In queste collaborazioni i blogger hanno creato diverse ricette (ricetta d'autunno, ricetta d'inverno, ricetta di Natale, ecc). Immagini, racconti e filmati sono stati pubblicati su vari blogs e sui canali di Instagram.

Nell'ambito della collaborazione con Klara & Ida è stato promosso anche un concorso per l'ispirazione di nuove ricette.



Klara & Ida



Klara & Ida



Patrick Rosenthal

PROGETTI UE

L'UNIONE FA LA FORZA: CAMPAGNA DEI QUATTRO PRODOTTI A MARCHIO UE QUALITÀ ALTO ADIGE

Questa campagna sostenuta dalla Commissione Europea, è un'iniziativa congiunta del Consorzio Tutela Speck Alto Adige, del Consorzio Mela Alto Adige, del Consorzio Vino Alto Adige e del Consorzio Formaggio Stelvio. Con lo slogan "Europa, dove la qualità è di casa, sapore autentico e garantiti dall'origine: Vini Alto Adige DOC, Mela Alto Adige IGP, Speck Alto Adige IGP, Formaggio Stelvio DOP.", si stanno svolgendo attività in Italia, Germania, Olanda e Svezia, rivolte a consumatori, giornalisti e blogger, nonché key players del settore del commercio al dettaglio e dell'alimentazione.

Ad oggi sono stati generati circa 72 milioni di contatti indiretti attraverso le attività mirate di PR e 10,1 milioni di contatti attraverso le numerose collaborazioni con i blogger. La pubblicità e gli annunci pubblicitari, ovvero gli articoli di PR, sui media online e offline hanno raggiunto **oltre 50 milioni di lettori**.

Molto positivi sono stati anche i feedback degli ospiti dei viaggi di studio e della stampa in Alto Adige, ai quali hanno partecipato circa 170 persone dal giugno 2018 ad oggi.

Un'altra attività chiave nell'ambito delle attività di promozione delle vendite sono state le campagne di degustazione presso i vari punti vendita. Ad oggi, in Germania e in Italia si sono già tenute complessivamente 519 giornate di degustazione. A partire dal 2021, queste misure saranno attuate anche in Svezia e nei Paesi Bassi.

Europa, dove la qualità è di casa

Sapori autentici e garantiti dall'origine:
Vini Alto Adige DOC, Mela Alto Adige IGP,
Speck Alto Adige IGP, Formaggio Stelvio DOP.

www.europaqualita.eu

ENJOY IT'S FROM EUROPE

La Commissione europea non è responsabile per qualsiasi informazione errata o omissione.

Consorzio Tutela Speck Alto Adige IGP, Consorzio Mela Alto Adige IGP, Consorzio Vino Alto Adige DOC, Consorzio Formaggio Stelvio DOP.

CAMPAGNA FINANZIATA CON L'AUTO DELL'UNIONE EUROPEA. L'UNIONE EUROPEA SOSTIENE CAMPAGNE CHE PROMOIVONO PRODOTTI AGRICOLI DI QUALITÀ.

LA QUALITÀ ATTRAVERSA L'ATLANTICO: LA CAMPAGNA INFORMATIVA PROPASEU

Il 31 marzo 2020 si è concluso il progetto europeo co-finanziato dai Consorzi Tutela Speck Alto Adige IGP, Formaggio Asiago DOP e Formaggio Pecorino Romano DOP e dall'Unione Europea volto a promuovere i marchi di qualità DOP e IGP negli USA e in Canada grazie alla campagna informativa PROPASEU, parte dell'iniziativa "Enjoy, it's from Europe" per la promozione delle eccellenze europee. Partita nell'aprile 2017 l'iniziativa, è stata finanziata con 2,5 milioni di euro. Questo finanziamento è stato destinato ad attività di PR, collaborazioni con stampa e blogger, organizzazioni di seminari, viaggi stampa press e trade nei territori di produzione e, soprattutto, iniziative di promozione nei punti vendita. Complessivamente sono state organizzate più di 1.500 giornate di degustazione nei supermercati e nei negozi specializzati del Nord America, raggiungendo quasi 2,5 milioni di utenti. A completare quest'iniziativa, dal 13 gennaio al 9 febbraio 2020, i tre prodotti a marchio europeo sono stati protagonisti dei negozi Eataly NYC Flatiron e NYC Downtown a New York. Per quattro settimane, la celebre catena di specialità italiane ha valorizzato i prodotti con giornate di degustazione, materiale informativo e brochure dedicate, utilizzando i prodotti nelle ricette dei ristoranti del punto vendita.

UNCOMMON FLAVORS OF EUROPE

Asiago PDO | Speck Alto Adige PGI | Pecorino Romano PDO

DELICIOUSLY ITALIAN

Uncommonly delicious cheeses and lightly-smoked air-cured ham come from the pristine mountains and verdant pastures of Italy. Count on European origin and quality for unique flavor far beyond imitation.

UncommonEurope.eu

ENJOY IT'S FROM EUROPE

CAMPAGNA FINANZIATA CON L'AUTO DELLA UNIONE EUROPEA. THE EUROPEAN UNION SUPPORTS CAMPAIGNS THAT PROMOTE HIGH QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS.

INIZIATIVE DI MERCATO TRASVERSALI

CAMPAGNA BRAND

Alto Adige è sinonimo di turismo sostenibile, prodotti di alta qualità, artigianato tradizionale e industria innovativa. Questo è il messaggio della campagna brand partita a ottobre 2020 in Italia, Germania, Austria, Svizzera e nei mercati emergenti. In questo modo IDM Alto Adige ha posto una pietra miliare: il marchio Alto Adige si evolve da marchio legato alla destinazione a marchio legato alla regione. Il concetto centrale: "Da incontri straordinari nascono cose buone". Le storie di incontri pongono persone e qualità in primo piano, con l'obiettivo di presentare la provincia nel suo insieme e rendere il marchio fruibile in maniera complessiva.

Nell'ambito della campagna brand, nel periodo tra la fine di ottobre e novembre 2020, per il settore agricolo sono stati promossi diversi prodotti tramite video sui social media. La buona visibilità è stata garantita dal piazzamento della campagna su noti media a stampa e online, in formati

radiofonici, sotto forma di pubblicità esterna e – non da ultimo – per la prima volta anche in uno spot televisivo. Nei mercati DACH è stato possibile vederlo fino a fine novembre 2020 in inserti pubblicitari trasmessi, tra gli altri, su ARD, ZDF, Sat.1 e Pro7. In Italia, invece, è stato trasmesso fino a fine dicembre nelle emittenti tv Rai 1, La7, Sky e Canale 5.



LO SPECK NEL WORLD WIDE WEB: ULTERIORI MISURE DI MARKETING NELL'AREA ONLINE

Ulteriori misure di marketing nell'area online hanno riguardato la pagina ufficiale di Facebook "Südtirol für Feinschmecker - Alto Adige per buongustai" e il canale Instagram "tastesouthtyrol" nonché l'ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO). Per Instagram, l'attenzione si è concentrata sul canale Instagram speckaltoadige, con il quale IDM Alto Adige ha interagito fortemente con la sua pagina Facebook "Südtirol für Feinschmecker" e il suo canale Instagram tastesouthtyrol. Sulla pagina Facebook e sul canale Instagram tastesouthtyrol sono stati comunicati per diversi mesi diversi blocchi tematici sullo Speck Alto Adige. Si è cercato di promuovere ogni argomento nel formato pubblicitario più adatto (foto, video, slideshow o carosello). Le campagne si concentravano su nuove entusiasmanti idee di ricette, l'introduzione dei produttori, l'evento SpeckAperitivo, #Speckchallenge, l'Accademia dello Speck e varie attività di vendita per promuovere la vendita al dettaglio e i negozi online.

Nel corso dell'ottimizzazione SEO sono state adottate misure per migliorare il posizionamento della pagina speck.it nei risultati di ricerca organici dei motori di ricerca e quindi

umentare il traffico.

Sul sito speck.it è stata inoltre creata una categoria per il negozio online e l'area di vendita al dettaglio. Questa categoria è stata di grande importanza nel 2020 con l'aumento delle vendite online e quindi ha generato ottimi numeri di clic sulle pagine corrispondenti. Anche queste categorie sono state promosse attraverso varie campagne.

Social-Media 2020:

FACEBOOK:
Post: 48
Post al mese: 4
Impression generate: 1.895.961
Reach: 1.291.734
INSTAGRAM:
Post: 17
Impression generate: 140.689
Reach: 120.214



SEMPRE AGGIORNATI: NEWS & NEWSLETTER

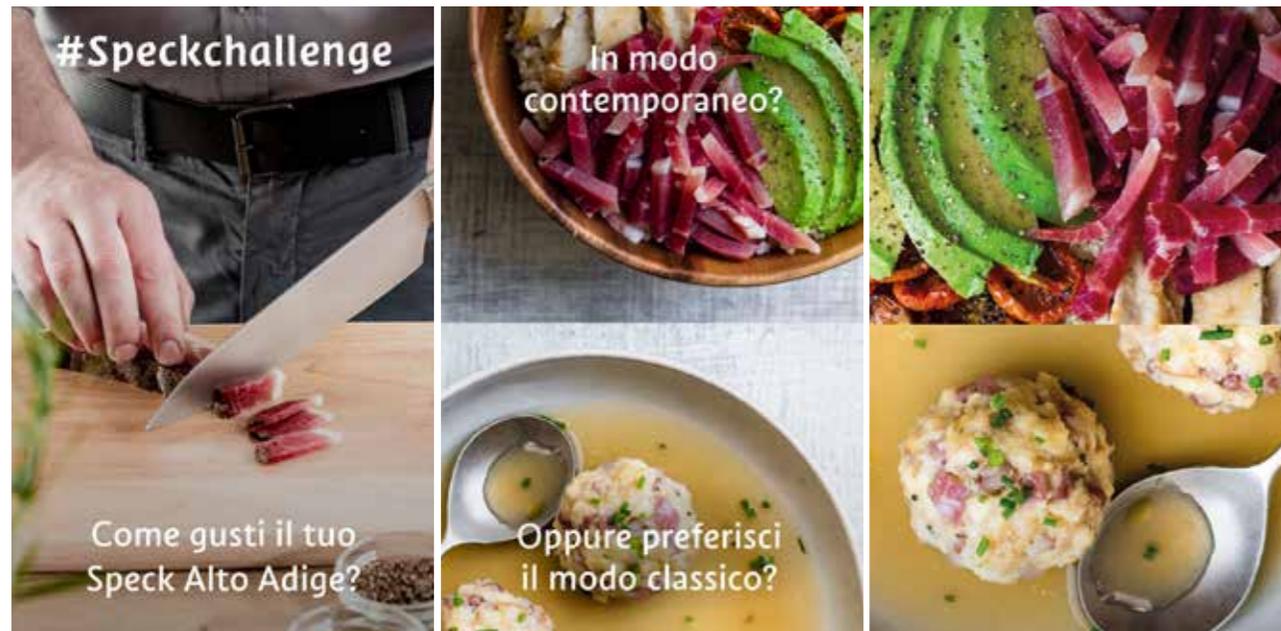
Per fornire regolarmente a tutti gli interessati informazioni aggiornate sul tema dello Speck Alto Adige IGP, due volte al mese su www.speck.it vengono pubblicate notizie su vari argomenti: da eventi e ricette a fatti curiosi, consigli e trucchi, fino alla presentazione di produttori e campagne. Inoltre, una volta al mese, viene inviata una newsletter in tedesco e italiano, dedicata allo Speck Alto Adige IGP e ad

altri prodotti di qualità altoatesini, che è stata ricevuta da un totale di 24.869 utenti.

#SPECKCHALLENGE

Sempre ad aprile, in collaborazione con l'agenzia "zukunvt", il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha lanciato la campagna di raccolta fondi "Come gusti lo Speck Alto Adige IGP", invitando i partecipanti a condividere foto e video su Instagram e Facebook con l'hashtag #speckchallenge. Per ogni post pubblicato, il consorzio ha devoluto 10 euro a "L'Alto Adige aiuta". L'iniziativa di beneficenza ha riscosso grande successo e i numerosi contributi divulgati sui social hanno dimostrato l'estrema versatilità dello Speck Alto Adige IGP: che si tratti di uno spuntino goloso

o di un piatto gourmet, da gustare a casa o in montagna, la creatività non conosce limiti. Vi hanno partecipato svariati produttori e volti noti dell'Alto Adige tra cui Reinhold Messner, Roland Fischnaller, Lukas Hofer e molti altri. I post pubblicati hanno consentito di raccogliere 10.000 euro. Inoltre, il Consorzio, in collaborazione con IDM Alto Adige, ha selezionato 10 contributi originali, premiandoli con una confezione regalo di Speck Alto Adige IGP.



COLLABORAZIONE CON STEFANO CAVADA

Sin dal suo esordio, Stefano Cavada, il food influencer altoatesino più noto in Italia, stuzzica il palato dei suoi follower con i piatti della gastronomia locale e il gusto dello Speck Alto Adige IGP, reinterpretando le ricette della tradizione in chiave moderna e innovativa. Sbarcato su LA7 con SelfieFood nel 2018, Cavada ha all'attivo non solo la partecipazione a programmi televisivi, ma anche la pubblicazione di un libro di ricette. Ogni mese, inoltre, posta sui suoi canali un piatto di stagione che esalta lo Speck Alto Adige IGP, superando i **60.000 follower** ad ogni pubblicazione.



CONSORZIO SPECK ALTO ADIGE ONLINE SU LINKEDIN

LinkedIn, forte dei suoi 600 milioni di utenti, è la community di workers più grande al mondo. Da marzo 2020, anche il Consorzio Speck Alto Adige è attivamente entrato a far parte della piattaforma, con lo scopo di fornire ai contatti professionali che ruotano intorno allo Speck Alto Adige IGP informazioni sempre aggiornate, ampliando in modo mirato il proprio network con i partner del commercio alimentare al dettaglio, della gastronomia, del settore pubblicitario, ma anche di consorzi nazionali, enti di controllo e produttori.



SEMPRE AGGIORNATI: NEWS & NEWSLETTER

Per fornire costantemente a tutti gli interessati informazioni aggiornate sullo Speck Alto Adige, due volte al mese vengono pubblicate su www.speck.it le news relative a vari argomenti: da manifestazioni, eventi e ricette fino a fatti curiosi, consigli e trucchi ecc. Inoltre, una volta al mese viene inviata a un totale di 24.869 utenti una newsletter in tedesco e italiano, dedicata allo Speck Alto Adige e gli altri prodotti con Marchio di Qualità Alto Adige.

24.869
utenti
newsletter



ALTRE ATTIVITÀ

SPECKPOST

Anche nel 2020, sono state realizzate quattro interessanti edizioni dello SpeckPost, trasmesse in versione digitale dalla scorsa primavera a causa delle disposizioni anti-Covid. A farla da padrone, come sempre, le attività e gli appuntamenti più importanti del Consorzio, con l'intento di tenere costantemente informati i soci.



SPONSORIZZAZIONI DI PRODOTTO

Fiera a Zwickau (gestore del rifugio Zwickau)

gennaio 2020, Zwickau

Evento McDonalds a Milano

gennaio 2020

Educational Day IDM Südtirol

gennaio 2020

Biathlon Anterselva

febbraio 2020

Berlin Travel Festival

febbraio 2020

Produttori di vino di Santa Maddalena

luglio 2020

Mercato del Pane e dello Strudel Alto Adige

ottobre 2020

Origin Italia - Cesto natalizio per Lega del Filo d'Oro

novembre 2020

PRODOTTI COMPOSTI

Anche nel 2020, la versatilità dello Speck Alto Adige IGP ha trovato particolare apprezzamento nel settore dei prodotti composti (tortellini, pizza, burger, ecc.). Nel corso dell'anno, sono stati sottoscritti nove nuovi contratti con aziende europee e riscosso il contributo annuale di 1.000 euro.



ASSEMBLEA ANNUALE DEI SOCI IN VAL VENOSTA

Il Consorzio ha convocato i propri soci per l'assemblea annuale 2020, tenutasi in Val Venosta. Dopo una visita guidata al reparto produttivo della distilleria di whisky Puni a Glorenza, i soci si sono riuniti al Castello di Cengles. In occasione della seduta, tra altro, è stata approvata la rielaborazione del disciplinare di produzione delle Speck Alto

Adige IGP, ripercorrendo i risultati positivi dell'esercizio precedente. È seguito un momento di convivialità e confronto tra i soci, allietato dalle prelibatezze culinarie del ristorante del maniero.



ASSOCIATI

Dopo la fuoriuscita della ditta Pramstrahler alla fine dell'anno 2020, il Consorzio conta 26 associati.

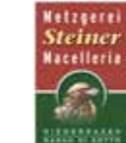
Consorzio Tutela Speck Alto Adige

Via Portici 71, 39100 Bolzano

www.speck.it

info@speck.it

I nostri produttori





Consorzio Tutela Speck Alto Adige

Portici 71, 39100 Bolzano

Tel. +39 0471 300 381

info@speck.it | www.speck.it