

Program of information and promotion DPO and PGI in France, Italy and Germany 2014/2017

(Contract FEAGA
0502 10 01 3800526)

Info day
31 January 2018
Brussels



8 FRUITS AND VEGETABLES SUPPORT OF THE CAMPAIGN



*Kiwi de l'Adour
IGP*



*Strawberry du Périgord
IGP*



*Asparagus des
Sables des Landes
IGP*



Prunes d'Agen IGP



Kaki Ribera del Xúquer DOP



*Peach and nectarine di
Romagna IGP*



*Pear dell'Emilia
Romagna IGP*



*Radicchio di Treviso e
Catelfranco Veneto
IGP*

OBJECTIVE / STRATEGY / TARGET OF THE CAMPAIGN



► Objectives :

- Improve the awareness and recognition of PDO-PGI quality labels
- Create recognizability to individual products in the campaign : unique products that cannot be produced elsewhere

► Strategy :

- Enhancement of the product and its connection with the Territory
- Making the **discovery of products concrete**
- Use the different **seasonality of the products** involved, to **develop a campaign covering the entire annuality**
- Creating a **homogeneous campaign in the different target countries (France, Italy, Germany)** consistent with the expectations of the European Union



Target :

- **Priority** : consumers, distributors
(Supermarkets, wholesalers, retailers)
- **Secondary** : Leaders of opinion, journalists



THE SEASONALITY OF THE RANGE MAKES IT POSSIBLE TO COMMUNICATE THROUGHOUT THE YEAR

Target market	Products	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December
	Asparagus des Sables des Landes IGP												
	Strawberry du Périgord IGP												
	Kiwi de l'Adour IGP												
	Prunes d'Agen IGP												
	Kaki Ribera del Xuquer AOP												
	Pear d'Emilia Romagna IGP												
	Peach and nectarines di Romagna IGP												
	Radicchio di Treviso e Castelfranco Veneto IGP												

THE APPROACH AND THE SELECTION OF THE MEANS

I. Transversal actions

- ▶ **Common visual**, adapted by country
- ▶ **Common website** : available in 5 languages (French, Italian, German, Spanish, English)
- ▶ **Promotional materials**: (ex : press release)

II. Ground actions

- ▶ **Public relations/Press releases**
- ▶ **Media plan**
- ▶ **Promotional actions**
 - a/ Raise awareness in the point of sale of supermarkets
 - b/ Street marketing actions

BUDGET OF THE PROGRAM

- **Total budget : 3,9 millions €**
 - France: 2,4 millions € (62%)
 - Italy: 0,9 millions € (23%)
 - Germany: 0,6 millions € (15%)
- **Realisation : 90%** (3,5 millions €)

1. TRANSVERSAL ACTIONS



INTERNATIONAL MARKETING GROUP
FOR FOOD, WINE & LIFESTYLE



L'EUROPE
**SIGNE
LES PRODUITS
DE SES TERROIRS**

- ▶ « L'Europa firma i prodotti dei suoi territori »
- ▶ « Ausgezeichneter Genuss aus Europas Regionen »

GENERIC VISUAL



L'EUROPA
FIRMA
I PRODOTTI DEI
SUOI TERRITORI

*Gusta la
differenza!*

www.aop-igp.eu

- Asperge des Sables des Landes IGP
- Fraise du Périgord IGP
- Kiwi de l'Adour IGP
- Pruneau d'Agen IGP
- Kaki Ribera del Xúquer AOP
- Pera d'Emilie Romagne IGP
- Pesca e Nettarina d'Emilie Romagne IGP
- Radicchio di Treviso IGP

Logos: European Union, France, FranceAgriMer, Italian Ministry of Agriculture, Sopexa.

L'EUROPE
SIGNE
LES PRODUITS
DE SES TERROIRS

*Goûtez la
différence!*

www.aop-igp.eu

- Asperge des Sables des Landes IGP
- Fraise du Périgord IGP
- Kiwi de l'Adour IGP
- Pruneau d'Agen IGP
- Kaki Ribera del Xúquer AOP
- Pera d'Emilie Romagne IGP
- Pesca e Nettarina d'Emilie Romagne IGP
- Radicchio di Treviso IGP

Logos: European Union, France, FranceAgriMer, Italian Ministry of Agriculture, Sopexa.

VISUAL BY PRODUCT



L'EUROPA
FIRMA
I PRODOTTI DEI
SUOI TERRITORI

*Gusta la
differenza!*

Pera dell'
**emilia-
romagna**
IGP

Pera dell'Emilia Romagna
Origine e qualità protette

www.aop-igp.eu

L'EUROPA
FIRMA
I PRODOTTI DEI
SUOI TERRITORI

*Gusta la
differenza!*

Pesca e
Nettarina di
romagna
IGP

Pesca e Nettarina
di Romagna
Origine e qualità protette

www.aop-igp.eu

L'EUROPA
FIRMA
I PRODOTTI DEI
SUOI TERRITORI

*Gusta la
differenza!*

Radicchio di Treviso
IGP

Radicchio di Treviso
Origine e qualità protette

www.aop-igp.eu

VISUAL BY PRODUCT



VISUAL BY PRODUCT



L'EUROPE
SIGNE
LES PRODUITS
DE SES TERROIRS

*Goûtez la
différence !*



www.aop-igp.eu



Kaki Ribera del Xúquer AOP
Origine et qualité protégées



AUSGEZEICHNETER
GENUSS AUS EUROPAS
REGIONEN

les
pruneaux
d'Agen

Schmecken Sie
den Unterschied!

Diese Kampagne wird
mit Mitteln der EU,
Frankreichs, Spaniens
und Italiens finanziert

www.ausgezeichneter-genuss-europa.de | www.aop-igp.eu



PRESS RELEASE GENERIC AND BY PRODUCT



DOP e IGP: con la frutta e verdura, l'Europa firma i prodotti dei suoi territori

E se la qualità avesse un'origine?

IL RADICCHIO DI TREVISO, LA PERA DELL'EMILIA-ROMAGNA, LA PESCA E LA NETTARINA DI ROMAGNA sono protagonisti italiani della campagna europea triennale di comunicazione e promozione della frutta e della verdura DOP e IGP. A questi si affiancano altri cinque prodotti certificati: il KAKI SPAGNOLO DELLA RIBERA DEL XÚQUEP, per la Francia, LA FRAGOLA DEL PÉRIGOUD, L'ASPARAGO DI SABLES DES LANDES, IL KIVI DELL'ADOUR E LA PRUGNA D'AGEN. Le caratteristiche che li accomunano sono l'origine e la qualità, peculiarità importantissime per i consumatori fornite grazie ai marchi europei di tutela DOP e IGP.

DOP e IGP: LA GARANZIA DI UNA QUALITÀ LEGATA ALL'ORIGINE

DOP e IGP sono due marchi europei ufficiali che certificano i prodotti alimentari a prevedono controlli accurati da parte di organismi competenti, indipendenti ed imparziali. I prodotti certificati DOP e IGP seguono uno specifico disciplinare di produzione creato al fine di esaltare i requisiti di sicurezza, qualità e gusto. I produttori devono inoltre essere obbligatoriamente iscritti ad un Albo specifico e rispettare le regole imposte dal disciplinare.

DOP - Denominazione di Origine Protetta
LA GARANZIA DI UNA QUALITÀ LEGATA ALL'ORIGINE
Il marchio DOP è una sigla che attesta che un prodotto agricolo di un paese è di un paese le cui qualità e caratteristiche sono strettamente legate al territorio di provenienza. Il disciplinare di produzione stabilisce le regole che governano la produzione, dalla semina alla raccolta, dalla trasformazione alla commercializzazione. I prodotti DOP sono sottoposti a controlli rigorosi da parte di organismi competenti, indipendenti ed imparziali. I prodotti DOP sono sottoposti a controlli rigorosi da parte di organismi competenti, indipendenti ed imparziali.

IGP - Indicazione Geografica Protetta
LA GARANZIA DI UNA QUALITÀ LEGATA ALL'ORIGINE
Il marchio IGP designa un prodotto di un paese che ha una denominazione di origine geografica. I prodotti IGP sono sottoposti a controlli rigorosi da parte di organismi competenti, indipendenti ed imparziali. I prodotti IGP sono sottoposti a controlli rigorosi da parte di organismi competenti, indipendenti ed imparziali.

DOP e IGP: con la frutta e verdura, l'Europa firma i prodotti dei suoi territori

PERCHÉ SCEGLIERE FRUTTA E VERDURA A MARCHIO DI TUTELA DOP E IGP

Perché valorizzare il lavoro dei produttori grazie alla creazione di un valore aggiunto che costituisce una tutela per gli stessi produttori, proteggendoli da imitazioni, contraffazioni e concorrenza sleale.

Perché incoraggiare il mantenimento e/o sviluppo dei territori, delle economie locali e della diversità agricola e alimentare.

DOP e IGP IN CIFRE*

Al 1° gennaio 2014, l'Unione Europea conta 566 DOP e 588 IGP.

In Italia, i prodotti a marchio di tutela DOP e IGP sono 262, insieme a 2 prodotti STG (Specialità Tradizionale Garantita). I prodotti alimentari italiani appartengono a diverse categorie tra cui carni fresche, prodotti a base di carne (insalate, salumi, affumicati) ecc., formaggi, ortofruttili e cereali, pesci, molluschi e crostacei, panetteria, pasticceria, pasta alimentare ecc.

160 DOP
Esempi: Prosciutto di Parma, Prosciutto Toscano, Soppressata di Calabria, Torte Piemontesi, Saponarone di Romagna, Pecorino Sardo, Polenta di Bologna, Pirotechico Verde di Bronte, Arancini di Siracusa, Pane di Altamura...

102 IGP
Esempi: Agnello di Sardegna, Branzino della Valletta, Spigoli della Liguria, Salsone di Anagni, Porchetta di Ariccia, Mela di Valletta, Ciliegia di Vigàno, Cappelletti di Roma di Tropea, Limone di Siracusa, Pasta di Gragnano...

*Fonte: DGOR, Commissione Europea

Pesca e Nettarina di Romagna: il meglio dell'estate. Al cuore del territorio

IL MEGLIO DELL'ESTATE Al cuore del territorio

L'introduzione del pesce in Europa viene attribuita ad Alessandro Magno a seguito delle sue spedizioni contro i Persiani, secondo alcuni lo sarebbero introdotti i Greci dall'Egitto, mentre secondo altri la diffusione in Occidente sarebbe merito della Cina. In Italia, tra la fine dell'800 e gli inizi del '900, l'Emilia Romagna diventa il punto di riferimento per la frutticoltura italiana, in particolare per il pesco il primo impianto viene realizzato a Massa Lombarda nel 1898. A partire da questo momento, l'Emilia Romagna ha sempre giocato un ruolo dominante per questa cultura rispetto alle altre regioni italiane, fino al raggiungimento, nel dicembre 1997, dell'Indicazione Geografica Protetta da parte dell'Unione Europea per la pesca e la nettarina di Romagna. Prodotto secondo uno specifico disciplinare al fine di esaltarne i requisiti di sicurezza, qualità e gusto, le pesche e le nettarine di Romagna IGP maturano da giugno a settembre, possono essere a polpa bianca o gialla e presentano ineguagliabili caratteristiche come dolcezza, freschezza, succosità e profumo intenso.

PER LA PESCA E LA NETTARINA DI ROMAGNA, L'IGP È L'UNICO

Un riconoscimento europeo è stato assegnato anche ai produttori di altri paesi come la Francia, l'Italia, la Spagna, la Grecia e la Cina. Il Pesco di Creta di Bero è riconosciuto al Portogallo, la nettarina di Romagna sono invece le uniche in Europa che possono fregiarsi del marchio IGP.

GUSTO E SALUTE

Le pesche e le nettarine, così dolci e succose, offrono numerosi benefici per la salute in quanto ricche di vitamina C, fibre, potassio e potassio, che permettono la difesa immunitaria e svolgono un'importante azione antiossidante contro i radicali liberi. Basti pensare che una pezza di media dimensione fornisce all'organismo il 10% di vitamina C del fabbisogno quotidiano.

CONSIGLI PRATICI

Acquistare la pesca è matura quando presenta il colore di fondo giallo e ad una base purpurea del colore della macchia rosata. Il profumo è delicato e caratteristico. La nettarina viene commercializzata anche in una fase meno matura di maturazione, quando le caratteristiche di sicurezza complete e risulta commestibile al morso. L'aromato intenso è molto importante.

Conservazione: è consigliabile consumare i frutti in un sacchetto di carta a temperatura ambiente per 2-3 giorni. Tale sacchetto non deve essere ripiegato e ripiegare in questo è presente di maturazione variabile. Lasciare maturare i frutti sono pronti al consumo possono essere lavati in acqua fredda per qualche giorno ancora.

Stagione: la pesca e la nettarina IGP sono disponibili sul mercato dal 15 giugno al 30 settembre, ma le maggiori offerte si concentrano da fine luglio per tutto il mese di agosto.

Pesca e Nettarina di Romagna: il meglio dell'estate. Al cuore del territorio

PERCHÉ SCEGLIERE LA PESCA E LA NETTARINA DI ROMAGNA IGP

Perché il frutto della pesca e la nettarina di Romagna IGP sono prodotti unici, con caratteristiche uniche, che li rendono ideali per la produzione di prodotti di qualità. La pesca e la nettarina di Romagna IGP sono prodotti unici, con caratteristiche uniche, che li rendono ideali per la produzione di prodotti di qualità.

CIFRE CHIAVE

La pesca e la nettarina di Romagna IGP sono prodotti unici, con caratteristiche uniche, che li rendono ideali per la produzione di prodotti di qualità. La pesca e la nettarina di Romagna IGP sono prodotti unici, con caratteristiche uniche, che li rendono ideali per la produzione di prodotti di qualità.

Pesche di Romagna caramellate

INGREDIENTI PER 4 PERSONE:
- 300 g di pesche
- 100 g di zucchero
- 1 litro di acqua
- 1 litro di acqua
- 1 litro di acqua

Buon appetito!

CONTATTI
SOPEXA
Via Bologna 100 - 40139 Bologna (BO) - Italia
Tel. 051/2611111 - Fax 051/2611112
www.sopexa.it

CONSIGLIO DI TUTELA E VALORIZZAZIONE DELLA PESCA E DELLA NETTARINA DI ROMAGNA IGP
Via Bologna 100 - 40139 Bologna (BO) - Italia
Tel. 051/2611111 - Fax 051/2611112
www.sopexa.it

2. GROUND ACTIONS



INTERNATIONAL MARKETING GROUP
FOR FOOD, WINE & LIFESTYLE



2.1 PUBLIC RELATIONS



- Press releases - generic and by products
- New recipes
- Products press hand deliveries
- Press events



Fruchtiger Snack für zwischendurch

Pruneau-Nuss-Riegel - der gesunde Snack zum Selbstmachen

Sich ausgewogen zu ernähren ist gar nicht so einfach. Denn im Stress lockt oft der schnelle Griff zum ungesunden Snack. Dabei gibt es durchaus Alternativen, z.B. Trockenpflaumen. Sie lassen sich überallhin mitnehmen, sind lange haltbar und liefern die konzentrierte Power frischer Früchte. Eine besonders aromatische Variante ist die Pruneau d'Agen. Ein Pruneau-Nuss-Riegel beispielsweise lässt sich prima auf Vorrat zubereiten und als Power-Snack mitnehmen.

Zutaten
Für ca. 20 Riegel: 250 g Trockenpflaumen, 2 große EL Kokosflocken, 1 EL Honig, 50 g Walnüsse, 50 g Macadamianüsse ohne Salz, 50



Die leckeren selbstgemachten Riegel lassen sich überallhin mitnehmen und sind eine gesunde Zwischenmahlzeit. Foto: Pruneau d'Agen g.g.A./app-o/n

g Paranüsse, 50 g Cashewkerne, 50 g Kokosflocken, 50 g Cranberries.

So geht's

Die Trockenpflaumen mit dem Kokosflocken und dem Honig pürieren. Nüsse, Cashewkerne und Kokosflocken im Mixer mahlen und in eine Schüssel geben. Die gepürierten Nüsse und das Pflaumen-Mus mit den Händen verkneten. Die Masse in eine viereckige Auflaufform drücken. Evtl. noch mit Kokosflocken bestreuen und diese etwas andrücken. Zugedeckt mindestens 2 Stunden in den Kühlschrank stellen. Die Pruneau-Riegel in die gewünschte Größe schneiden.

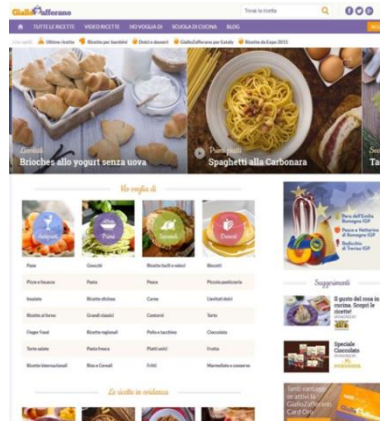
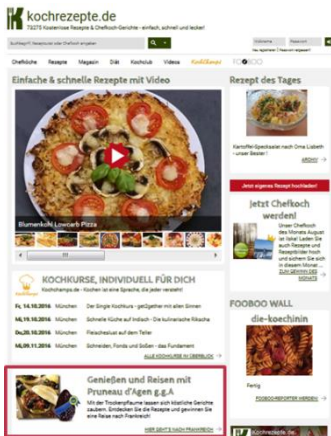
app-o/n



DIGITAL ACTIVITY



- Partnership with websites of professional information
- Partnership with cooking websites
- Banners
- Online contests
- Presence on social networks
- Managing the Facebook page with periodic posts



750g
n°1 de la recette

WomenWeb.de

cuisineAZ
CUISINER EST UN PLAISIR



EXAMPLE: PARTNERSHIP WITH GASTRONOMIC WEBSITE

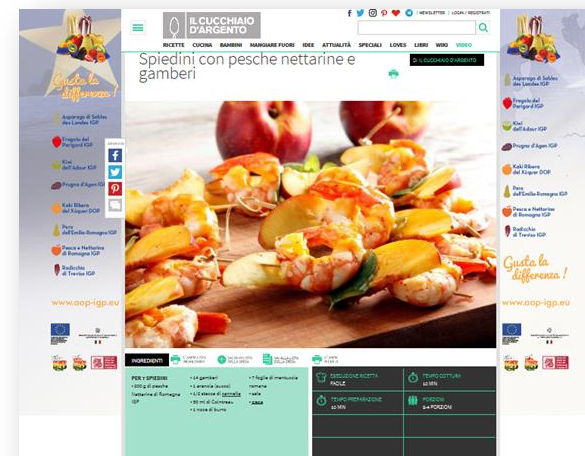


Partnership with website Cucchiaino d'Argento - www.cucchiaino.it

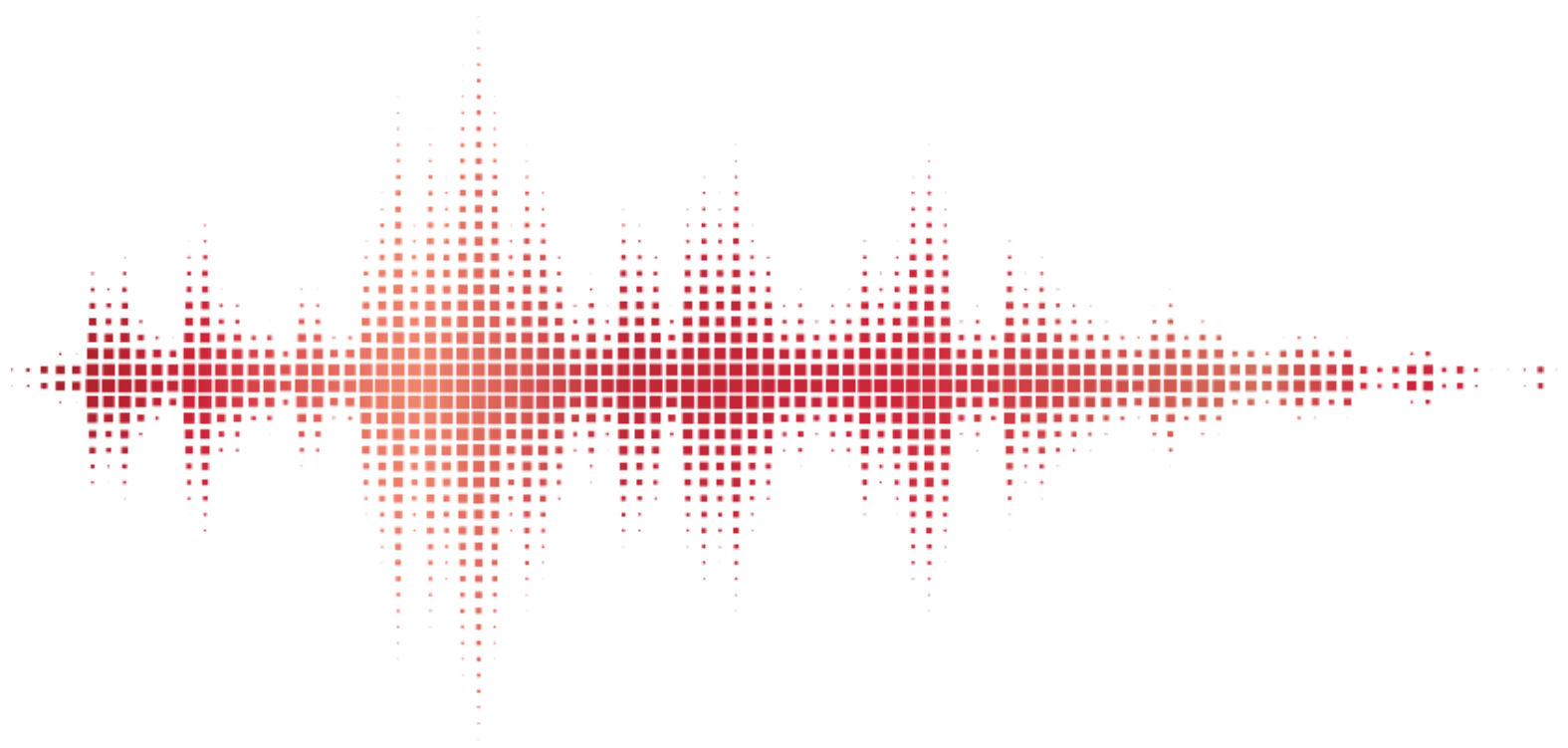
Production of recipes with each product of the campaign

Visibility on the website during 6 months:

- Banner on the dedicated section
- **Banner on the home page of the website with link to the dedicated section** (300 000 links by month)
- Presence on the **newsletter**
- **Dedicated Post** by product on the **Facebook page**



2.3 MEDIA CAMPAIGN



RADIO CAMPAIGN

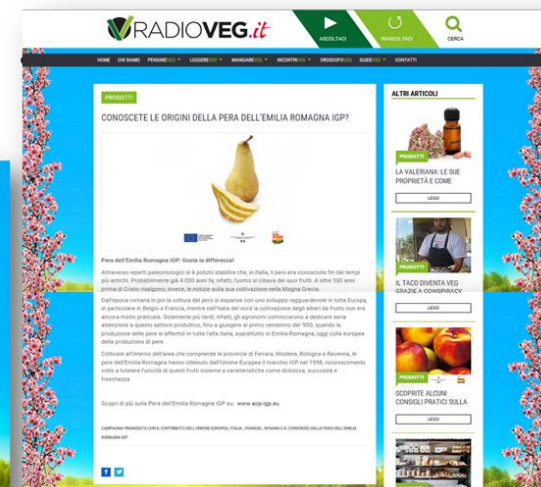
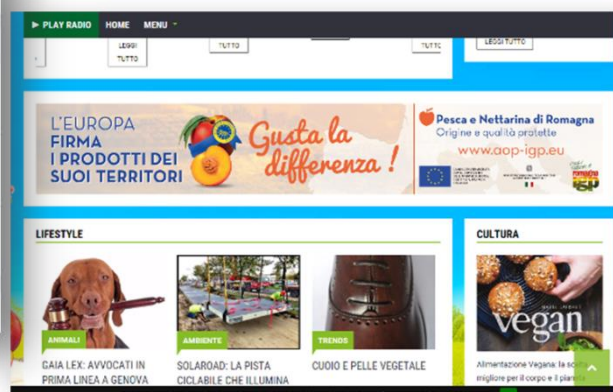


Radio campaign in France



Campaign in Italia on radio in streaming RADIOVEG.IT

- Advertorial article
- Presence on the portal of RadioVeg
- Banner
- Post of the product on Facebook page



PRESS CAMPAIGN



Press campaign

Professional press and consumer press

L'EUROPE SIGNE LES PRODUITS DE SES TERROIRS

Le Fleuron des kiwis de l'hiver au printemps

Au pied des Pyrénées, sur les bords de l'Adour, est cultivé le savoureux kiwi de l'Adour, présent sur les étals de mi-décembre à mai.

Dodu, ferme, avec une chair d'un vert particulièrement intense, il est plus sucré, fondant et juteux que les autres kiwis.

Reconnu par le signe officiel de qualité IGP, il est la parfaite alliance entre origine et qualité.

Autant de bonnes raisons d'en consommer pour faire le plein de vitamines en hiver !

Goûtez la différence !

www.aop-igp.eu

LINEAIRES
Le magazine de la distribution alimentaire

fld
Le magazine de la distribution alimentaire

FRUCHTHANDEL
MAGAZIN

Gault & Millau
L'expert gourmand

Femme actuelle

à table

Da noir
Chocolats

Producteurs & mets par Hélène Darroze

LE PRODUIT

FRAISES MARA DES BOIS DU PÉRIGORD IGP

La fraise de Périgord : six mois d'exception ! Avec des sols et un climat adaptés, les fraises, et notamment la Mara des Bois, ont trouvé dans le Périgord central, au cœur de la Dordogne, un territoire de production idéal. Elles y sont cultivées selon un savoir-faire allant de la tradition à la modernité. Plusieurs variétés aux noms charmants, sélectionnées pour leurs qualités gustatives supérieures, sont admises dans l'IGP. On y retrouve principalement la Gargouille fondante et arborée, la Croix de Lendre et juteuse, la Champet ferme et régulière, la Cléry comique et sucrée, la Châlonne au goût musqué, et la fameuse Mara des Bois du Périgord, qui se caractérise par sa petite taille, son rouge vif, et son parfum très aromatique. Dégustées mûres, simplement ou avec du sucre, elles sont délicieuses. Elles sont également excellentes en cuisine, la Mara des Bois du Périgord IGP est un vrai bonheur pour les papilles. Elle se récolte du printemps jusqu'au début de l'automne en fonction des variétés : grâce à cette diversité, les mets de saison sont assurés !



INGRÉDIENTS POUR 8 PERSONNES

500 g de Fraises Mara des Bois du Périgord IGP
3 œufs entiers
150 g de sucre semoule
Les zestes fins de 4 citrons jaunes
250 g de jus de citron réduit d'1/3
200 g de beurre doux (température ambiante)
250 g d'eau minérale
150 g de sucre granulé
100 g de blanc d'œuf
95 g de sucre glace
4 Beurre doux

Vacherin aux Fraises Mara des Bois du Périgord IGP, crème au citron et sorbet yaourt grec

Crème au citron : mettre les œufs, 250 g de sucre, les zestes et le jus de citron dans une casserole et porter à 90 °C en mélangeant sans arrêt. Passer au chinois, refroidir à 50 °C, ajouter le beurre et mixer pendant 3 min au mixer à main. Laisser refroidir au réfrigérateur.

Sorbet : faire bouillir l'eau avec 250 g de sucre, refroidir. Mélanger avec le yaourt, verser dans une sorbélière et turbiner.

Meringues : monter le blanc d'œuf au petit battant électrique en ajoutant 95 g de sucre petit à petit.

© Tous droits réservés. G.M. 2009



Producteurs & mets par Hélène Darroze

Hélène Darroze L'authenticité des produits

Depuis sa création, l'association France AOP-IGP a pour mission de promouvoir les produits de qualité. Elle est une référence pour les professionnels de la distribution alimentaire. Elle est également une référence pour les consommateurs. Elle est une référence pour les médias. Elle est une référence pour les institutions. Elle est une référence pour les entreprises. Elle est une référence pour les associations. Elle est une référence pour les collectivités. Elle est une référence pour les citoyens. Elle est une référence pour tous.

2.4 TRADE AND STREET MARKETING



TASTING DAYS IN POINT OF SALE



Hostesses

Point of sale advertising materials :

posters, leaflets with recipes of the products, stand for tasting

Tasting of the products

Highlighting of the products



- Promotion and Tasting in **sports events**
- Promotion and Tasting in **shopping centers**
- Tasting in **gastronomic events**
- Gastronomic festival estival with **invitation of blogger and journalists**



3. MAIN RESULTS



INTERNATIONAL MARKETING GROUP
FOR FOOD, WINE & LIFESTYLE



MAIN RESULTS

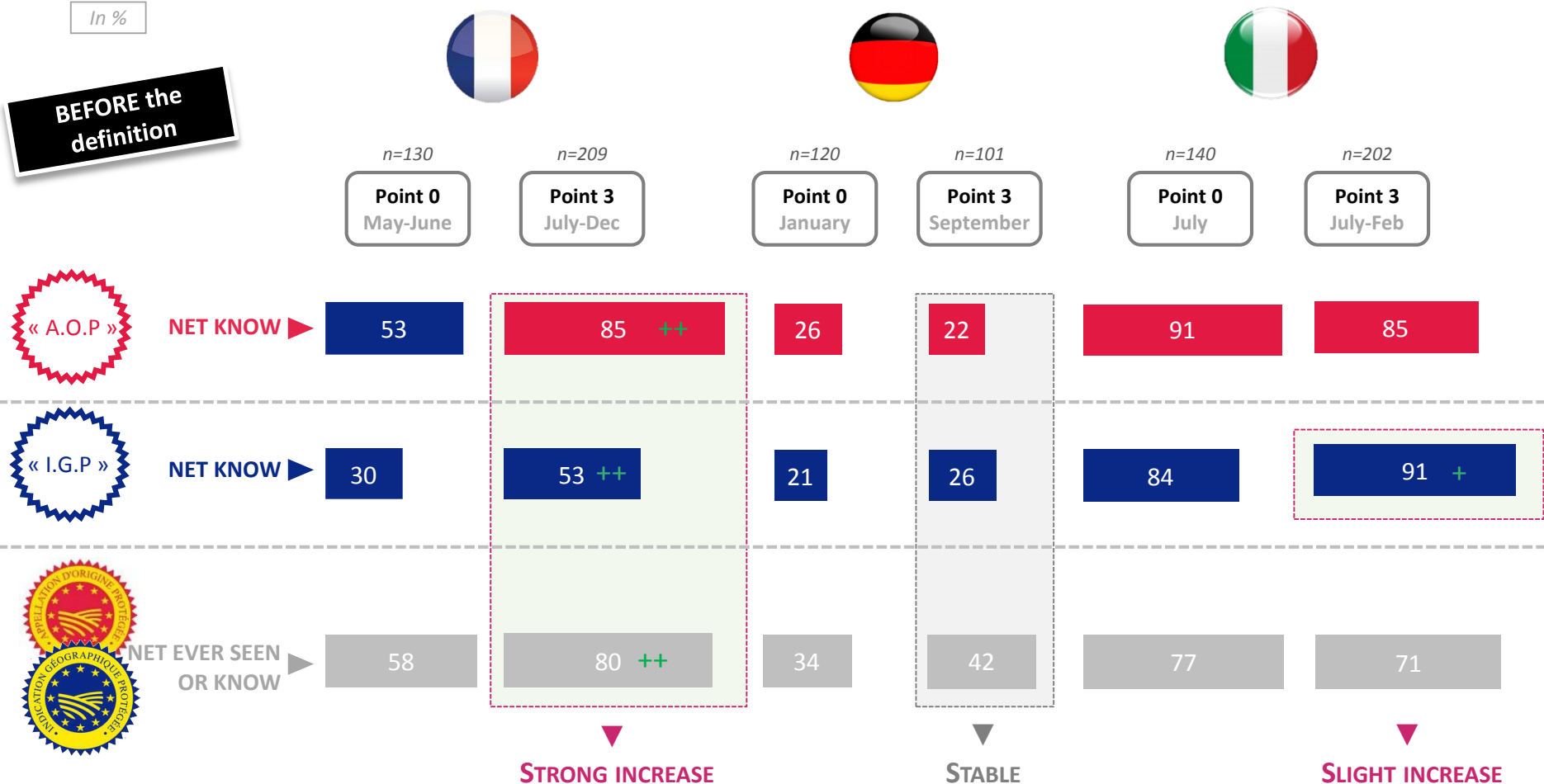
- **PDO PGI website:** 33.000 unique visitors - 60.000 visited pages
- **Facebook page:** 15.000 fans
- **Press releases, press events:** 55
- **Published press articles:** 968 published articles
- **Media campaign (Radio, press, digital):** 1,4 million contacts
- **Tastings at point of sale:**
 - 3.000 involved points of sales
 - 10.000 tasting days
 - 2 millions contacts

AWARENESS OF PDO & PGI

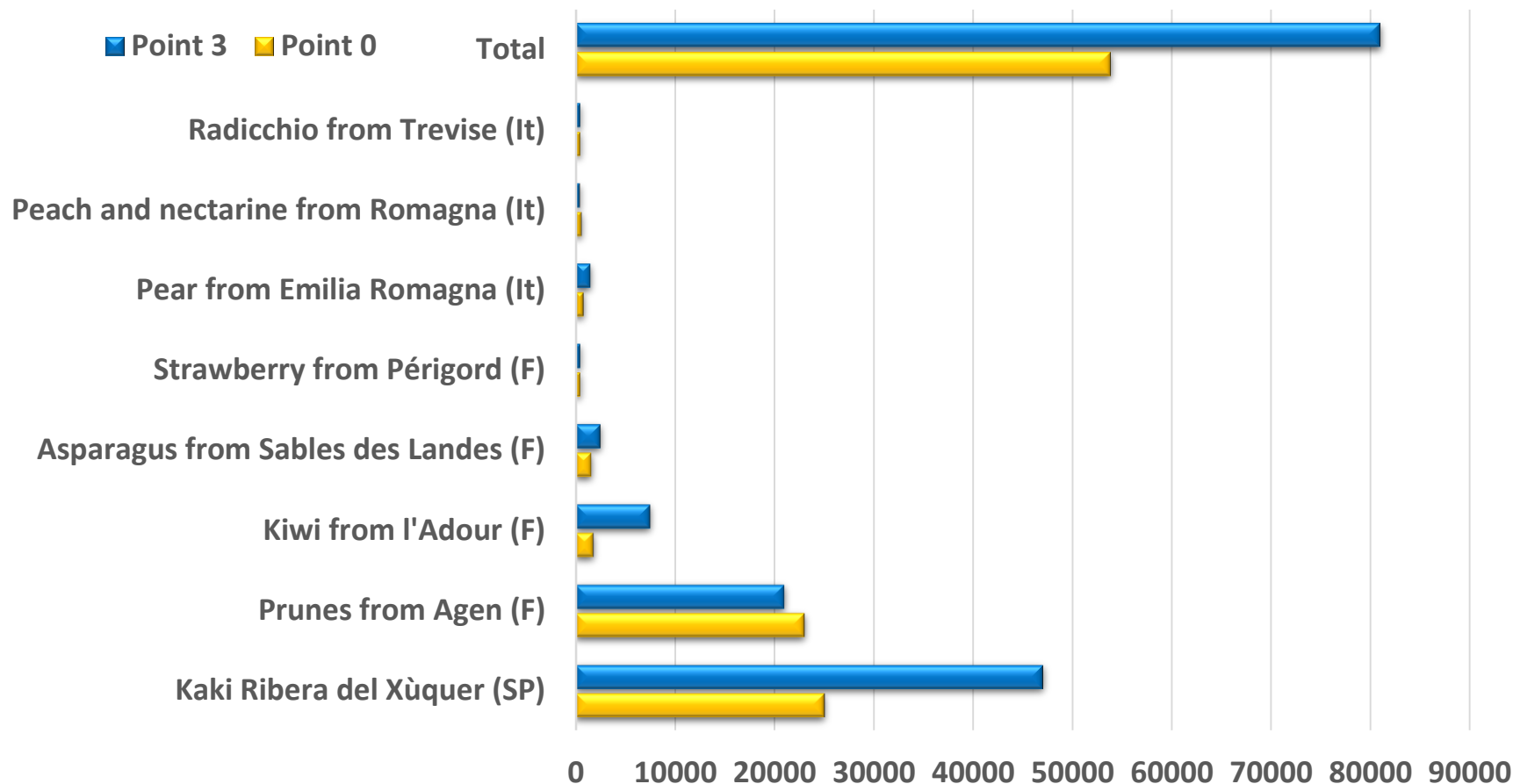


In %

BEFORE the definition



EVOLUTION OF THE SALES VOLUMES OF THE 8 PDO-PGI FRUITS AND VEGETABLES (Tons)



THANK YOU!



L'EUROPE
SIGNE
LES PRODUITS
DE SES TERROIRS

Goûtez la
différence!