







## Agroalimentare e Made in Italy, ICE AGENZIA inaugura a Tunisi la II edizione di “Dolce Italia – Saveurs d’Italie”aa

Tunisi, 1° dicembre 2022 – L’Ambasciatore d’Italia a Tunisi, Fabrizio Saggio, e la direttrice di ICE AGENZIA, Francesca Tango, accompagnati dal management di Carrefour e dal Direttore Acquisti, Housseem Khiari, hanno inaugurato la II edizione della campagna di promozione dei prodotti alimentari italiani “Dolce Italia-Saveurs d’Italie”, realizzata da ICE AGENZIA in collaborazione con la catena GDO Carrefour in Tunisia.

La campagna prevede una promozione dedicata in esclusiva ai prodotti italiani per quindici giorni, dal 1 al 15 dicembre 2022, che coinvolge 9 punti vendita Carrefour nelle aree di Gran Tunis, Hammamet e Sousse. L’iniziativa si colloca all’interno della campagna di comunicazione del Made in Italy nel Mondo promossa da Ministero degli Esteri e denominata “BeIT” e della specifica campagna dedicata al Made in Italy agroalimentare caratterizzata dal branding “The Extraordinary Italian Taste”. La campagna coinvolge 52 marchi italiani (36 già presenti e 16 di nuova introduzione sul mercato) con azioni quali: realizzazione di immagine coordinata della campagna di comunicazione per stampa, radio, social media e sito web Carrefour, cartellonistica stradale e allestimento ad hoc nei punti vendita; sconti dal 10 al 15% per tutta la durata della promozione; degustazioni presso i punti vendita principali.

Dal 2015 ad oggi ICE AGENZIA ha stipulato oltre 80 accordi con catene GDO in tutto il mondo. Gli obiettivi delle campagne GDO sono i seguenti: consolidare la presenza dei marchi già in distribuzione, introdurre stabilmente nuovi marchi, contrastare il fenomeno dell’Italian Sounding, contribuire a promuovere sia l’immagine del prodotto italiano di qualità nel Mondo, sia l’informazione al consumatore sui prodotti Made in Italy.

La selezione delle catene nei singoli Paesi avviene sulla base di fattori quali: numero di punti vendita, superficie di vendita, fatturato, fatturato per prodotti italiani in distribuzione, tipologia di clientela, prodotti italiani già in distribuzione, disponibilità ad investire in prodotti italiani e sconti per la campagna di promozione.

Tutti gli aspetti operativi dalla spedizione, stoccaggio, vendita prodotti sono curati dalla catena GDO selezionata, mentre la campagna di comunicazione e la selezione prodotti avviene in maniera congiunta. La catena Carrefour è presente in Tunisia con oltre 100 punti vendita di cui 55 Carrefour Market, 46 Carrefour Express, 3 Cash & Carry e 3 supermercati Carrefour e occupa 4.100 addetti e fattura oltre il 31% degli acquisti effettuati dai consumatori locali presso le GDO tunisine, quota largamente superiore agli altri competitors locali e precisamente Géant, Magasin Général, Monoprix e Aziza.



