Post to Pdf

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 ladirettrice di ICE AGENZIA, Francesca Tango, accompagnati dal management diCarrefour e dal Direttore Acquisti, Houssem Khiari, hanno inaugurato la II edizione dellacampagna 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 perquindici giorni, dal 1 al 15 dicembre 2022, che coinvolge 9 punti vendita Carrefour nellearee di Gran Tunis, Hammamet e Sousse. L’iniziativa si colloca all’interno dellacampagna di comunicazione del Made in Italy nel Mondo promossa da Ministero egliEsteri e denominata “BeIT” e della specifica campagna dedicata al Made in Italyagroalimentare caratterizzata dal branding “The Extraordinary Italian Taste”. Lacampagnacoinvolge 52 marchi italiani (36 già presenti e 16 di nuova introduzione sulmercato) con azioni quali:realizzazione di immagine coordinata della campagna dicomunicazione per stampa, radio, social mediae s.ito web Carrefour, cartellonisticastradale e allestimento ad hoc nei punti vendita; scontistica dal 10al 15% per tutta ladurata della promozione; degustazioni presso i punti vendita principali.

Dal 2015 ad oggi ICE AGENZIA ha stipulato oltre 80 accordi con catene GDO in tutto ilmondo. Gli obiettivi delle campagne GDO sono i seguenti: consolidare la presenza deimarchi già in distribuzione, introdurre stabilmente nuovi marchi, contrastare il fenomenodell’Italian Sounding, contribuire a promuovere sia l’immagine del prodotto italiano diqualità 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 dipunti vendita, superficie di vendita, fatturato, fatturato per prodotti italiani in distribuzione,tipologia di clientela, prodotti italiani già in distribuzione, disponibilità ad investire inprodotti italiani e scontistica per la campagna di promozione.

Tutti gli aspetti operativi dalla spedizione, stoccaggio, vendita prodotti sono curati dallacatena GDO selezionata, mentre la campagna di comunicazione e la selezione prodottiavviene in manieracongiunta. La catena Carrefour è presente in Tunisia con oltre 100punti vendita di cui 55 CarrefourMarket, 46 Carrefour Express, 3 Cash & Carry e 3Ipermercati Carrefour e occupa 4.100 addetti efattura oltre il 31% degli acquisti effettuatidai consumatori locali presso le GDO tunisine, quotalargamente superiore aglialtri competitors locali e precisamente Géant, Magasin Géneral, Monoprix eAziza.

Developer By Post to Pdf