



Consorzio Tutela Speck Alto Adige  
**Relazione annuale 2025**



## Indice

PREMESSA .....	5
PRODUTTORI .....	6
CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE.....	7
PRODUZIONE .....	8
MERCATI DI SBOCCO E CANALI DI VENDITA .....	9
TIPOLOGIE DI CONFEZIONAMENTO .....	10
CONTROLLI DI QUALITÀ .....	11
SOSTENIBILITÀ .....	14
VERIFICHE SUL MERCATO .....	16
TUTELA DEL MARCHIO .....	18
COMUNICAZIONE E MARKETING .....	19
Alto Adige .....	19
Italia .....	27
Germania .....	30
Polonia .....	33
USA .....	34
Export .....	35
Progetti UE .....	36
Attività trasversali .....	37
Ricerca e sviluppo.....	42
ALTRE ATTIVITÀ .....	43
SpeckPost .....	43
Prodotti composti .....	43
Sponsorizzazioni .....	44
Assemblea generale dei soci .....	45

### Editore

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

### Redazione

Martin Knoll  
Verena Rungger  
Lara Comploi, Julia Watschinger, IDM Südtirol  
Franz Mitterrutzner, FJM Consulting  
Alessandra Zanovello, Alpeker

### Foto

Consorzio Tutela Speck Alto Adige, IDM Alto Adige

### Grafica

Friesenecker & Pancheri

### Stampa

Ferrari Auer, Bolzano

## Premessa

In continuità con una tradizione pluriennale, con il presente rapporto desideriamo fornirvi una panoramica delle attività svolte dal Consorzio Tutela Speck Alto Adige nel corso del 2025. Le funzioni centrali del Consorzio restano invariate: la tutela e il continuo sviluppo qualitativo dello Speck Alto Adige IGP, il rafforzamento della notorietà del marchio e la protezione coerente della denominazione tutelata sui mercati nazionali e internazionali.

Il 2025 è stato caratterizzato da un contesto di mercato complesso, che ha inciso, tra l'altro, sulle strutture dei costi, sulle catene di approvvigionamento e sulle relazioni commerciali internazionali, imponendo ulteriori sfide ai produttori. Parallelamente, il cambiamento climatico continua ad assumere un'importanza crescente e richiede risposte strutturate e di lungo periodo. In questo scenario, il settore dello speck ha proseguito con determinazione e sviluppato ulteriormente le proprie attività nell'ambito della sostenibilità.

In un comparto alimentare fortemente competitivo, anche nel 2025 si sono rese necessarie misure mirate per sostenere la domanda di Speck Alto Adige IGP e consolidarne la posizione di mercato. La campagna televisiva avviata l'anno precedente è stata portata avanti con successo durante l'anno di riferimento, contribuendo sul mercato italiano sia ad aumentare la notorietà sia a sostenere le vendite dello Speck Alto Adige IGP. Parallelamente, la presenza del prodotto è stata ulteriormente rafforzata attraverso iniziative quali "Speck Aperitivo", "Speck Safari", la "Giornata dello Speck a Naturno", lo "Speckfest Plan de Corones", nonché mediante progetti europei mirati.

Contestualmente, nel 2025 il Consorzio ha ampliato ulteriormente nuovi servizi strategici. Una tappa fondamentale è stata l'avvio dell'ampio progetto di ricerca e sviluppo

in collaborazione con la SSICA (Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari). Tale progetto crea una base scientificamente fondata per il futuro sviluppo della qualità, del disciplinare di produzione e della sostenibilità dello Speck Alto Adige IGP, rafforzando nel lungo periodo la competitività dell'intera filiera.

Inoltre, il Consorzio ha intensificato le misure di sostegno strategico all'internazionalizzazione dello Speck Alto Adige. L'obiettivo è consolidare ulteriormente i mercati di esportazione esistenti, aprire nuovi sbocchi commerciali e, al contempo, posizionare e tutelare in modo chiaro l'unicità e l'origine dello Speck Alto Adige IGP anche al di fuori dell'Unione Europea.

In qualità di Presidente del Consorzio Tutela Speck Alto Adige, desidero cogliere l'occasione per ringraziare il Presidente della Provincia Arno Kompatscher, gli Assessori Marco Galateo e Luis Walcher, nonché tutte le collaboratrici e i collaboratori della Provincia Autonoma di Bolzano per la costruttiva collaborazione. Un ringraziamento particolare va a IDM Alto Adige per il supporto strategico nei settori della presenza sul mercato, dell'internazionalizzazione e della comunicazione.

Il mio ringraziamento va inoltre al Vicepresidente Günther Windegger, ai membri del Consiglio di Amministrazione, del Consiglio di Sorveglianza e dei gruppi di lavoro, nonché al Direttore del Consorzio, Martin Knoll, e a Verena Rungger per il loro costante impegno. Un sentito grazie, infine, a tutti i produttori, che con il loro lavoro quotidiano contribuiscono in modo determinante allo sviluppo qualitativo dello Speck Alto Adige IGP e al suo successo sul mercato.



Paul Recla  
Presidente del Consorzio Tutela Speck Alto Adige

## Produttori



Salumifici GranTerre	Martin Speck	Koflers Delikatessen	Macelleria Mair
Recla	Windegger	Macelleria Christanell	Macelleria Gstör
Moser	Nocker	Schmid	Viumser Speck
Christanell	Siebenförcher	Viktor Kofler	Südtiroler Speck
Merano Speck	Vontavon	Macelleria Steiner	Mendelspeck
Galloni	Max	Macelleria Gruber	
Pfitscher	Rinner	Raich Speck	

## Consorzio Tutela Speck Alto Adige



Paul Recla  
Presidente



Günther Windegger  
Vicepresidente



Martin Knoll  
Direttore



Verena Rungger  
Amministrazione e gestione soci

### SOCI

Nel 2025, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige vantava 24 membri.

Il 1° gennaio 2025, la macelleria Silbernagl ha cessato la propria adesione.

### IL CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE

Il Consorzio è lieto di presentare il proprio team, presieduto da Martin Knoll in veste di direttore.

Verena Rungger è responsabile delle attività amministrative generali e dell'assistenza ai soci.

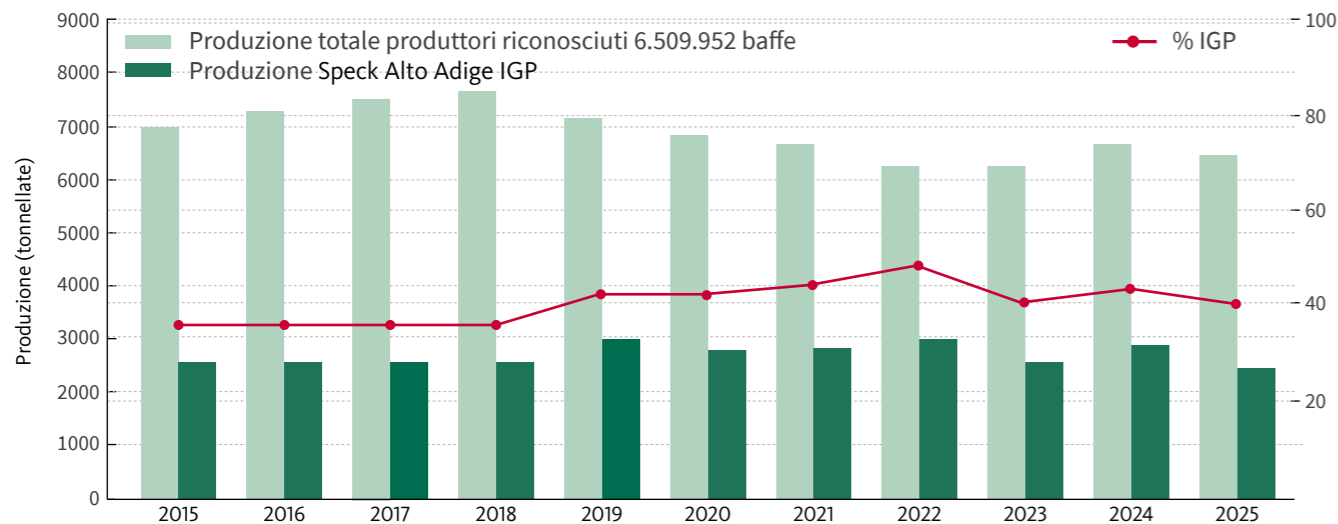
Sascha Gründfelder, responsabile delle attività di marketing, ha lasciato il Consorzio Tutela Speck Alto Adige nel mese di novembre.

# Produzione

Nel 2025, sono state certificate con il marchio di qualità "Speck Alto Adige IGP" complessivamente **2.551.323** baffe, corrispondenti al 39,2% dei volumi prodotti dalle aziende riconosciute dal Consorzio, segnando una riduzione del

9,4% rispetto all'anno precedente. Anche l'incidenza sulla produzione totale di speck certificato ha registrato una contrazione, passando dal 42% nel 2024 al 39,2% lo scorso anno.

## ANDAMENTO DEI DATI DI PRODUZIONE

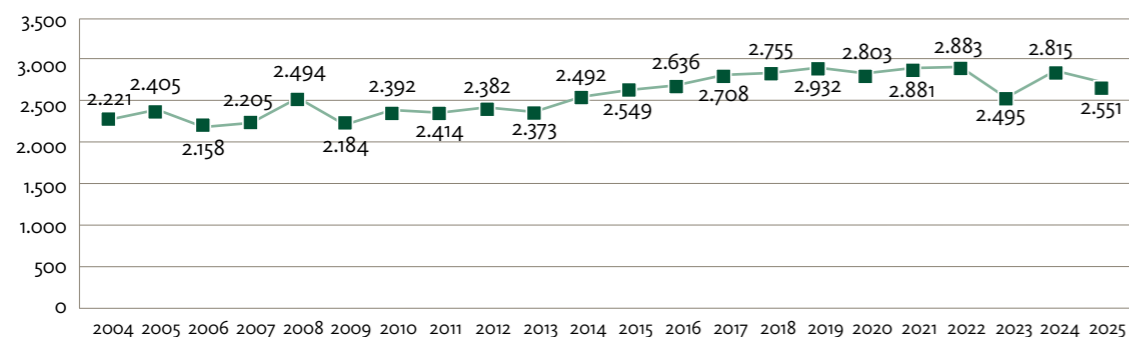


### Andamento della produzione IGP nel corso degli anni

Nel lungo periodo, la produzione di Speck Alto Adige IGP ha evidenziato un andamento complessivamente positivo. Dopo una fase di crescita significativa tra il 1997 e il 2003, è seguito un periodo di stabilizzazione piuttosto lungo, che ha visto i volumi sostanzialmente invariati tra il 2003 e il 2013. Negli anni successivi, si è nuovamente assistito a una crescita continua, ad eccezione del calo rilevato nel 2023. Analogamente al 2023, lo scorso anno si è osservata una flessione, che ha interessato sia il volume certificato sia la

percentuale sul totale rispetto al 2024 (passata dal 42% al 39,2%). I dati confermano quindi che lo sviluppo non è lineare e che i volumi di IGP sono influenzati anche dalle dinamiche di mercato e da specifici fattori produttivi. Nonostante ciò, lo Speck Alto Adige IGP continua a rappresentare un punto di riferimento centrale in termini di qualità e origine nel proprio segmento di mercato, confermandosi un pilastro strategico per il posizionamento e la valorizzazione del marchio.

## ANDAMENTO STORICO 1999-2025 DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP



# Mercati di sbocco e canali di vendita

## Mercati di sbocco

Il 68% della produzione di Speck Alto Adige IGP è destinato all'Italia, con il baricentro in Alto Adige e nelle regioni settentrionali, che tradizionalmente rappresentano i principali mercati di sbocco. Negli ultimi anni si è tuttavia osservata una crescente domanda anche in Italia centrale e meridionale, a conferma di una progressiva e più ampia penetrazione sull'intero territorio nazionale. Con una quota export del 32%, lo Speck Alto Adige IGP si conferma un prodotto di rilievo anche a livello internazionale, dimostrandosi uno dei salumi italiani più esportati. Il principale mercato estero è rappresentato dalla Germania, che assorbe il 24,8% della produzione complessiva. Altri Paesi di esportazione significativi sono Stati Uniti (2,2%), il cui peso è cresciuto costantemente negli ultimi anni, Francia (2,0%), Svizzera (1,2%) e Austria (0,55%). Lo Speck Alto Adige IGP è inoltre commercializzato in altri 30 Paesi, tra cui Belgio, Slovacchia, Inghilterra, Grecia e Canada, che complessivamente rappresentano circa lo

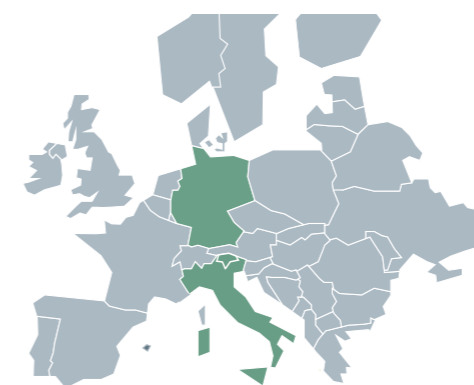
0,6% della produzione totale. Nonostante un contesto macroeconomico difficile, nel 2025 la domanda nei mercati di esportazione appare sostanzialmente stabile.

## Canali di distribuzione in Italia

In Italia, la vendita avviene prevalentemente attraverso il commercio al dettaglio. I supermercati rappresentano il principale canale di smercio con una quota del 64%, seguiti da discount (18,2%), punti vendita all'ingrosso (5%), ristorazione (5%) e dettaglio tradizionale (3%).

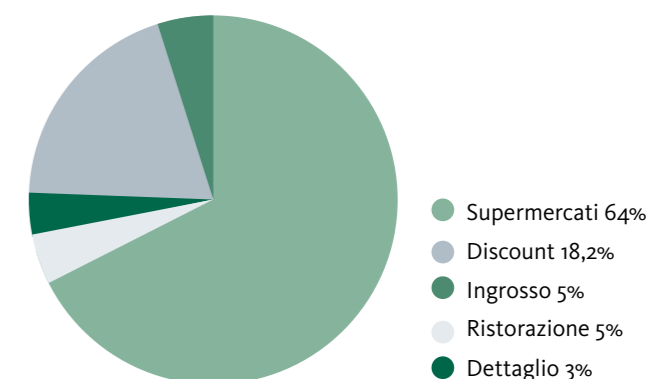
In Alto Adige, invece, si osserva una struttura distributiva nettamente più articolata. Circa il 50% dello Speck Alto Adige IGP viene commercializzato attraverso il dettaglio tradizionale, mentre il 19% è distribuito tramite i supermercati. La ristorazione assorbe il 16% dei volumi, seguita dal commercio all'ingrosso (10,9%) e dal canale discount (4%). Questa ripartizione evidenzia la centralità della vendita specializzata locale e del dettaglio regionale, nonché il ruolo della ristorazione, all'interno del territorio d'origine. Nonostante ciò, lo Speck Alto Adige IGP continua a rappresentare un punto di riferimento centrale in termini di qualità e origine nel proprio segmento di mercato, confermandosi un pilastro strategico per il posizionamento e la valorizzazione del marchio.

## MERCATI DI SBocco DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP NEL 2025



MERCATI PRINCIPALI	
ITALIA	68%
GERMANIA	24,8%
ALTRI MERCATI	7,2%

## CANALI DI DISTRIBUZIONE IN ITALIA NEL 2025



## Tipologie di confezionamento

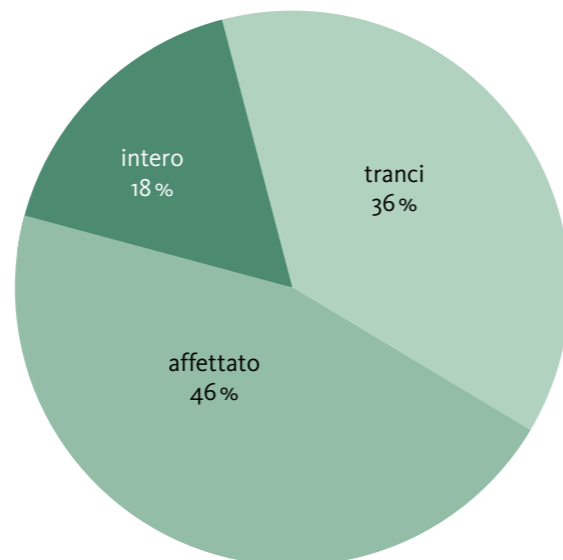
Nel 2025, sono state prodotte complessivamente 45.128.344 confezioni di Speck Alto Adige IGP pretagliato (affettato a ventaglio), segnando quindi un lieve calo del 2,19% rispetto all'anno precedente (46.138.135 confezioni). La merce sfusa rimane comunque il segmento dominante, poiché risponde alle esigenze dei consumatori che ne apprezzano il pratico porzionamento, la facilità d'uso e la comodità.

La confezione più richiesta rimane quella da 100 g, con 29,1 milioni di unità prodotte nel 2025, a fronte dei 30,5 milioni dell'esercizio precedente.

Anche nel segmento dei prodotti confezionati sottovuoto o delle baffe intere si è osservata una tendenza sostanzialmente stabile, seppur con un leggero calo. Complessivamente sono state prodotte 5.238.610 unità, con una flessione dello 0,8% rispetto all'anno precedente (5.278.217). In generale, da diversi anni la categoria "a pezzi" mostra un andamento negativo.

Complessivamente, nel 2025, sono state prodotte 50.366.954 confezioni di Speck Alto Adige IGP (affettato a ventaglio, a pezzi e baffe intere), segnando un calo del 2,0% rispetto alle 51.416.352 unità dell'anno precedente.

### TIPOLOGIE DI CONFEZIONAMENTO 2025



**50.366.954**  
prodotti  
confezionati



### PANORAMICA SUL NUMERO DELLE CONFEZIONI NEL 2025

Tipologie	2024	2025	+/-
Baffe intere	459.443	453.681	-1,25%
Tranci	4.819.174	4.784.929	-0,8%
Affettato	46.138.135	45.128.344	-2,19%

## Controlli di qualità

I controlli di qualità dello Speck Alto Adige IGP sono affidati all'organismo indipendente IFCQ Certificazione e coprono l'intera filiera, dal monitoraggio delle materie prime allo speck stagionato finito, a garanzia del rigoroso disciplinare di produzione e della costante qualità elevata dello speck. Nel 2025, 7 fornitori di materie prime sono stati sottoposti a controlli relativi al rispetto delle direttive del disciplinare di produzione, con particolare attenzione alla tracciabilità completa della carne. A integrazione di ciò, all'arrivo delle merci negli stabilimenti, sono stati prelevati campioni di cosce di maiale fresche e sottoposti a esami microbiologici per rilevare la presenza di salmonella e listeria. Questi esami rappresentano un elemento fondamentale della garanzia preventiva di qualità, permettendo di individuare tempestivamente eventuali rischi.

Durante il processo produttivo, i tre ispettori dell'IFCQ hanno controllato complessivamente 100.510 cosce di

maiale e 54.842 prosciutti stagionati nel corso di 370 visite ispettive. Le verifiche hanno riguardato sia il rispetto delle fasi di lavorazione specifiche, sia la documentazione, l'etichettatura e la tracciabilità della merce lungo l'intera filiera.

Al termine del processo produttivo, sono stati effettuati ulteriori controlli di qualità approfonditi: 245 prosciutti sono stati sottoposti a una valutazione delle caratteristiche organolettiche, mentre altri 69 sono stati analizzati per verificarne le proprietà chimiche. La combinazione di controlli microbiologici, sensoriali e chimici garantisce un sistema a più livelli, che garantisce sia la sicurezza del prodotto, sia il mantenimento delle caratteristiche qualitative tipiche dello Speck Alto Adige IGP.



## PORTALE DI CERTIFICAZIONE

Nel 2025, il nuovo portale di certificazione dell'organismo di controllo è stato utilizzato per la prima volta per un intero anno a regime e reso disponibile a tutti i produttori riconosciuti. Superata la fase di introduzione, l'impiego è stato esteso capillarmente e adattato in modo pratico alle esigenze dei produttori, divenendo da subito uno strumento centrale per la supervisione e la documentazione dei processi di certificazione.

Il portale consente un monitoraggio preciso dei volumi di produzione, supportando così una regolamentazione trasparente dell'offerta e della certificazione. Sono state inoltre integrate funzionalità per la rendicontazione della sostenibilità, che permettono di raccogliere sistematicamente i dati rilevanti (tra cui energia, utilizzo di materiali e trasporti). Grazie all'integrazione con Power BI, produttori e Consorzio hanno accesso ad analisi e report significativi. Nel registro degli imballaggi, infine, vengono documentati i canali di distribuzione e i mercati di vendita, oltre a offrire la gestione delle autodichiarazioni per lo Speck Alto Adige IGP Riserva.

A partire dal 2026, al termine dell'anno di prova, i produttori potranno inserire autonomamente nel sistema ulteriori dati di mercato e di gestione aziendale, rafforzando ulteriormente la tracciabilità e favorendo in modo trasparente lo sviluppo delle prestazioni di sostenibilità.

## NUOVO DISCIPLINARE DI PRODUZIONE. APPROVAZIONE 2025

Nel 2025, è stato ufficialmente approvato il disciplinare di produzione aggiornato dello Speck Alto Adige IGP, segnando così un passaggio di rilievo nel percorso di sviluppo e consolidamento di tale denominazione. L'iter si è concluso con l'emanazione del decreto del Ministero dell'Agricoltura dell'8 ottobre 2025, entrato in vigore a seguito della pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale. Quest'aggiornamento aveva l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il profilo qualitativo del prodotto, rispondere all'evoluzione del mercato e alle aspettative dei consumatori e, al contempo, consolidare in modo duraturo il valore complessivo dell'IGP.

Il fulcro di tale regolamento è rappresentato dall'introdu-

zione della menzione aggiuntiva facoltativa "Riserva", subordinata al rispetto di requisiti qualitativi sensibilmente più stringenti. Tra questi figurano, in particolare, tempi di stagionatura più lunghi, valori minimi più elevati in termini di peso e di perdita di peso, nonché più rigorosi criteri di valutazione sensoriale. Parallelamente, i parametri produttivi applicabili a tutte le tipologie di Speck Alto Adige IGP sono stati ulteriormente precisati e strutturati in modo più chiaro, con specifico riferimento alle perdite di peso, alla differenziazione delle diverse tipologie di prodotto e all'esclusione della stagionatura tecnica in casi definiti. Allo scopo di rafforzare trasparenza e riconoscibilità del prodotto, a beneficio dei consumatori, sono state inoltre adeguate le norme di etichettatura, introducendo disposizioni più chiare e puntuali in materia di dichiarazioni e indicazioni.

Con il disciplinare così approvato, lo Speck Alto Adige IGP risulta ulteriormente valorizzato sotto il profilo qualitativo, senza che ne venga modificata l'identità originaria. La nuova menzione "Riserva" si configura come un'integrazione mirata all'interno dell'attuale denominazione di origine,

contribuendo a consolidare il profilo complessivo dello Speck Alto Adige IGP e favorendo, al contempo, lo sviluppo di nuove opportunità di valore aggiunto lungo l'intera filiera.

## NUOVI REQUISITI QUALITATIVI E STRUTTURALI PER LO SPECK ALTO ADIGE IGP

### Differenziazione per tipologia di prodotto

> intero, metà (baffe), per affettato e in tranci

### Perdita peso Speck Alto Adige IGP

- > almeno 35% per interi / metà / baffe per affettato
- > almeno 38% per tranci
- > per i tranci con perdita peso del 38% non è consentito l'affinamento.

### Introduzione della denominazione "Riserva"

- > prolungamento del periodo di stagionatura di 6 settimane per ciascuna classe di peso
- > peso minimo 4,3 kg, stagionatura minima 28 settimane
- > soppressione della precedente prima classe di peso (3,4 < 4,3 kg)

### Perdita di peso Speck Alto Adige IGP "Riserva"

- > almeno 39 % (interi / metà / baffe per affettato)
- > almeno 40 % (tranci)
- > affinamento tecnico completamente escluso
- > requisiti sensoriali più severi: almeno 85% di valutazione organolettica

### Dichiarazioni ed etichettatura

- > estensione del termine per la salagione fino a un massimo di 6 giorni
- > introduzione dell'indicazione facoltativa "Riserva"
- > adeguamento del logo (scritta "Alto Adige" in grigio ardesia, larghezza minima 3,5 cm)
- > denominazioni aggiuntive consentite, purché non ingannevoli per il consumatore

Periodo	Tip. Prodotto	2025	2024	Var. %	2025	2024	Var. %					
2025		4.859.952	4.488.764	2.551.523	909	5.238.410	48.128.344	+1.37%	-8,8%	+0,3%	+0,7%	+2,2%
2025	Januar	536.732	526.547	353.830	32	534.157	4.213.822	+1,87%	-8,9%	-11,9%	12,4%	5,9%
2025	Februar	864.253	948.983	179.588	49	248.129	3.807.203	-8,1%	-2,6%	-38,0%	-34,3%	7,5%
2025	März	626.777	592.888	204.680	64	278.178	3.817.256	3,8%	-3,7%	-20,2%	-19,3%	2,8%
2025	April	538.387	536.392	307.927	42	481.494	3.574.018	0,7%	2,7%	-21,3%	7,8%	3,4%
2025	Mai	537.595	539.572	395.954	42	485.989	3.848.085	-4,4%	-4,4%	-1,3%	11,3%	-1,8%
2025	Juni	307.729	479.224	175.429	20	427.448	3.249.524	-2,1%	-4,7%	-12,3%	-4,5%	2,9%
2025	Juli	847.253	3.78.476	329.048	923	258.921	3.427.254	0,1%	4,6%	-17,8%	+14,4%	-1,3%
2025	August	470.476	485.711	277.644	66	549.819	3.811.847	2,8%	-8,8%	13,3%	6,3%	-8,8%
2025	September	577.472	582.549	242.974	41	392.904	4.076.183	11,9%	12,4%	-14,3%	23,7%	-6,4%
2025	Oktober	827.376	812.688	219.227	19	434.708	3.891.964	0,1%	0,3%	-4,4%	-2,3%	-18,8%
2025	November	338.277	341.481	224.975	33	478.140	3.820.254	-4,1%	-4,7%	-5,9%	2,1%	-8,6%
2025	Dezember	477.241	471.744	248.583	38	495.581	3.241.258	0,7%	6,2%	8,8%	7,8%	-17,0%
2025	Gesamt	4.859.952	4.488.764	2.551.523	909	5.238.410	48.128.344	+1,37%	-8,8%	+0,3%	+0,7%	+2,2%

6-12-2025 GAZZETTA UFFICIALE DELLA REPUBBLICA ITALIANA Serie generale - n. 284

## DECRETI, DELIBERE E ORDINANZE MINISTERIALI

### MINISTERO DELL'AGRICOLTURA, DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE E DELLE FORESTE

DECRETO 18 novembre 2025.

**Modifiche ordinarie al disciplinare di produzione della indicazione geografica protetta (IGP) «Speck Alto Adige».**

IL DIRIGENTE DELLA PQA I DELLA DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE

Visto il regolamento (UE) 2024/1143 del Parlamento europeo e del Consiglio dell'11 aprile 2024, relativo alle indicazioni geografiche dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2019/787 e (UE) 2019/1753 e che sostituisce e abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012, entrato in vigore il 13 maggio 2024;

Visto l'art. 24 del regolamento (UE) 2024/1143, rubricato «Modifiche di un disciplinare» e, in particolare, il paragrafo 9 secondo il quale le modifiche ordinarie di un disciplinare sono valutate e approvate dagli Stati membri o dai paesi terzi nel cui territorio è situata la zona geografica del prodotto in questione e sono comunicate alla Commissione;

Visto il regolamento delegato (UE) 2025/27 che integra il regolamento (UE) 2024/1143;

Visto il regolamento di esecuzione (UE) 2025/26 della Commissione, del 30 ottobre 2024, che reca modalità di applicazione del regolamento (UE) 2024/1143;

Visto il decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, recante norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche ed in particolare l'art. 16, comma 1, lettera d);

Visto il decreto-legge 11 novembre 2022, n. 173, coordinato con la legge 16 dicembre 2022, n. 204, recante «Disposizioni urgenti in materia di riordino delle attribuzioni del Ministero», con il quale il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali ha assunto la denominazione di Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste;

Vista la direttiva del Ministro 29 gennaio 2025, n. 38839, registrata presso l'Ufficio centrale di bilancio in data 30 gennaio 2025 con n. 100, recante gli indirizzi generali sull'attività amministrativa e sulla gestione per il 2025 risultata registrata dalla Corte dei conti in data 16 febbraio 2025 al n. 193;

Vista la direttiva dipartimentale 4 marzo 2025, n. 99324, registrata dall'Ufficio centrale di bilancio al n. 195 in data 4 marzo 2025, per l'attuazione degli obiettivi definiti dalla «Direttiva recante gli indirizzi generali sull'attività amministrativa e sulla gestione per l'anno 2025» del 29 gennaio 2025, rientranti nella competenza del Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica, ai sensi del decreto del Presidente del Consiglio dei ministri n. 179/2019;

Vista la direttiva direttoriale 11 marzo 2025, n. 112479, registrata all'Ufficio centrale di bilancio in data 16 marzo 2025 con n. 228, con la quale vengono assegnati gli obiettivi ai titolari degli Uffici dirigenziali di livello non generale della Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare, in coerenza con le priorità politiche individuate nella direttiva del Ministro 29 gennaio 2025, n. 38839, nonché dalla direttiva dipartimentale 4 marzo 2025, n. 99324;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica del 21 dicembre 2023, registrato alla Corte dei conti in data 16 gennaio 2024, n. 68, concernente il conferimento al dott. Marco Lupò dell'incarico di Capo del Dipartimento della sovranità alimentare e dell'ippica;

Visto il decreto di incarico di funzione dirigenziale di livello generale conferito, ai sensi dell'art. 19, comma 4 del decreto legislativo n. 165/2001, alla dott.ssa Eleonora Iacovoni, del 7 febbraio 2024 del Presidente del Consiglio dei ministri, registrato dall'Ufficio centrale di bilancio al n. 116, in data 23 febbraio 2024, ai sensi del decreto legislativo n. 123 del 30 giugno 2011 dell'art. 5, comma 2, lettera d);

Visto il decreto del direttore della Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare del 30 aprile 2024, n. 193350, registrato dalla Corte dei conti il 4 giugno 2024 n. 999, con il quale è stato conferito al dott. Pietro Gaspari l'incarico di direttore dell'Ufficio PQA I della Direzione generale della qualità certificata



## Verifiche sul mercato

Da tempo, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige collabora con Massimo Malnerich, ispettore riconosciuto e accreditato dal Ministero dell'Agricoltura, il cui compito principale è la verifica del corretto utilizzo della denominazione "Speck Alto Adige IGP" nei punti vendita e nel commercio online.



M. Malnerich

### Ambito dei controlli

Nel 2025, sono stati ispezionati complessivamente **872 punti vendita** in Italia e **100** all'estero; inoltre, allo scopo di garantire il corretto utilizzo della denominazione "Speck Alto Adige", sono stati monitorati **200 siti web**.

### Aree di monitoraggio del mercato

I controlli si sono concentrati sui seguenti aspetti:

- correttezza della denominazione sui cartellini dei prezzi;
- conformità delle etichette dei prodotti;
- utilizzo della denominazione e del marchio in volantini pubblicitari e iniziative promozionali;
- utilizzo della denominazione su prodotti riconfezionati.

### Esiti dei controlli

- Nella Regione Trentino-Alto Adige sono stati controllati **93 punti vendita**, nei quali è stato riscontrato un numero limitato di non conformità.

- La maggior parte delle verifiche è stata effettuata nell'Italia settentrionale e centrale, concentrandosi principalmente su supermercati, ma anche discount, negozi al dettaglio, grossisti e grandi magazzini.

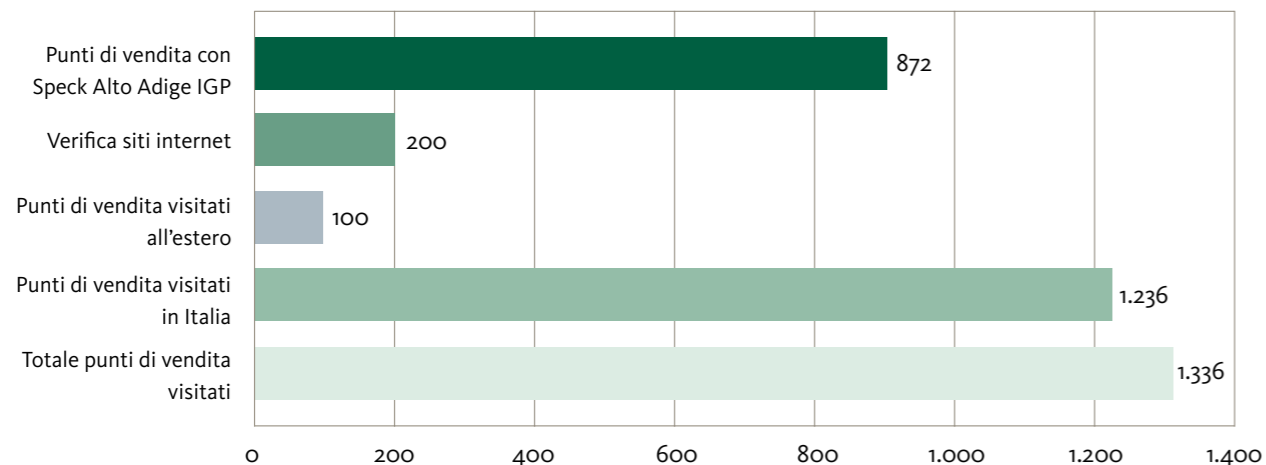
Nel complesso, il tasso di conformità è risultato molto elevato:

- il **93,8%** delle visite ispettive non ha evidenziato irregolarità;
- nel **5,57%** dei casi sono state riscontrate carenze minori, come denominazioni incomplete sui cartellini dei prezzi o nel materiale pubblicitario;
- lo **0,43%** dei prodotti presentava gravi non conformità, come l'uso non autorizzato della denominazione protetta "Speck Alto Adige IGP" su prodotti generici o composti;
- **nello 0,21%** dei casi il prodotto era confezionato con la denominazione riportata in modo non corretto.

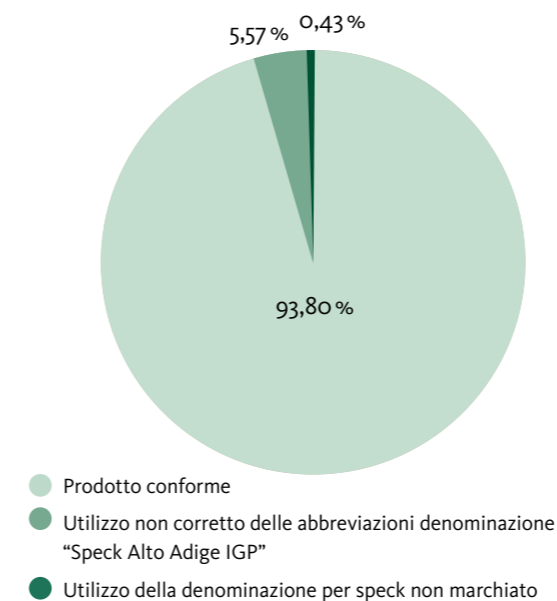
### Prospettive

Il monitoraggio continuo del mercato rimane uno strumento fondamentale per garantire l'elevato standard qualitativo e il corretto utilizzo della denominazione protetta. Le informazioni raccolte vengono impiegate per lo sviluppo di azioni di sensibilizzazione e formazione, volte a ridurre le violazioni e rafforzare la fiducia nel marchio.

### VERIFICHE SUL MERCATO – ETICHETTATURA DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP 2025



### VERIFICHE SUL MERCATO CONFORMITÀ ETICHETTATURA



### Collaborazione con il Controllo Qualità Alto Adige. Riflettori puntati sulla qualità del prodotto

Nel 2025, il Controllo Qualità Alto Adige (SQK) ha nuovamente condotto verifiche, focalizzate sull'osservazione periodica dei punti vendita e sulla qualità dei prodotti delle diverse tipologie di Speck Alto Adige IGP nelle principali regioni di vendita del Nord Italia e della Germania meridionale. L'obiettivo è il continuo monitoraggio della qualità percepita dai consumatori e il raggiungimento di uno standard qualitativo il più possibile uniforme per la vendita dello Speck Alto Adige IGP.

Nel 2025, i sopralluoghi hanno interessato 209 punti vendita tra Nord Italia - Alto Adige incluso - e Germania meridionale, durante i quali sono state controllati 632 campioni, per un numero complessivo di 1887. Solo nel 2% dei casi sono state riscontrate non conformità, dovute principalmente a mancanza di uniformità o difetti estetici.

L'attività di monitoraggio è supervisionata dal Consiglio di amministrazione e la valutazione viene svolta in stretta collaborazione con il Controllo Qualità dell'Alto Adige, concentrando l'attenzione sulla coerenza dei prodotti.

### Griffeshield – Controlli online

Con la crescente presenza dello Speck Alto Adige IGP su Internet, il Consorzio ha ulteriormente intensificato le misure di monitoraggio del marchio, avviando recentemente una collaborazione con il fornitore Griffeshield che, tramite un algoritmo automatizzato, supervisiona le piattaforme di e-commerce a livello mondiale.

Obiettivo di tale attività è garantire il corretto utilizzo della denominazione "Speck Alto Adige IGP" e del marchio protetto, identificare potenziali violazioni e adottare misure adeguate.

### Esiti del monitoraggio online 2025

Nel corso dello scorso anno, sono stati identificati complessivamente 1.305 link su diverse piattaforme online, con la seguente distribuzione.

DISTRIBUZIONE LINK
Siti web : 71,11 %
Marketplace 14,49 %
Social media: 9,96 %
Nomi a dominio: 4,37 %
Siti di comparazione prezzi: 0,08 %

### Violazioni più frequenti e misure adottate

1. Il 32% degli annunci è risultato riconducibile a siti fraudolenti.
2. Nel 23% dei casi, è stata utilizzata la denominazione di origine protetta o evocata la dicitura "Speck Alto Adige IGP", utilizzando però solo un'immagine generica del prodotto. In questi casi è stata richiesta una prova dell'effettiva provenienza della merce.
3. Nel 22% delle inserzioni mancava o non era riportata correttamente l'indicazione "IGP". Queste difformità sono state corrette.
4. Il 18% degli annunci utilizzava in modo improprio la denominazione "Speck Alto Adige IGP". Questi contenuti sono stati rimossi o modificati.
5. Il 5% delle violazioni riguardava un uso non corretto del logo, anch'esso rettificato.

## Registrazione e monitoraggio del marchio

Poiché lo Speck Alto Adige sta acquisendo una crescente visibilità a livello internazionale e, nella maggior parte dei Paesi extra UE, le denominazioni protette non sono riconosciute, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha proseguito il monitoraggio mondiale dei marchi relativi alle denominazioni "Speck", "Alto Adige" e "Südtirol" nella categoria dei

salumi. Gli utilizzatori non conformi sono stati contattati e invitati a cessare l'uso non autorizzato.

Nel 2025 non sono stati necessari rinnovi o estensioni delle registrazioni dei marchi.



## Comunicazione e marketing

### ALTO ADIGE

#### FESTA DELLO SPECK ALTO ADIGE A BRUNICO

La Festa dello Speck Alto Adige si è svolta quest'anno per la terza volta in Val Pusteria. A causa delle previsioni meteo sfavorevoli, l'evento è stato spostato dalla cima del Plan de Coronas alla piazza Tschurtschenthaler e alla piazza del Municipio di Brunico.

Dal 27 al 28 settembre, la città di Brunico si è trasformata in un grande spazio festivo. Mentre le band dal vivo creavano atmosfera, i visitatori hanno avuto l'opportunità di scoprire prodotti artigianali e di qualità dell'Alto Adige nei vari stand, tra cui in primo piano lo Speck Alto Adige IGP e il Bauernspeck.

Una festa dedicata allo Speck Alto Adige IGP è naturalmente anche una festa per il palato. Durante le degustazioni di speck, i partecipanti hanno fatto un viaggio tra i sapori e le texture di questo prodotto tradizionale. Sebbene lo Speck Alto Adige IGP fosse il protagonista di questo weekend, è stato accompagnato da prelibatezze come i vini e formaggi

dell'Alto Adige.

IDM, insieme al Consorzio Speck Alto Adige, al Consorzio Skirama Kronplatz e all'associazione turistica Brunico ha gestito la comunicazione, la promozione dell'evento e l'organizzazione. Sono stati trasmessi spot radiofonici su vari canali, tra cui NBC e Südtirol 1, oltre a pubblicità su Citylights e in diverse testate stampate come Dolomiten, Pustertaler Zeitung, Corriere dell'Alto Adige e L'Adige. Anche sui social media è stata attivamente gestita la comunicazione.

#### FESTA DELLO SPECK ALTO ADIGE IN NUMERI

ca. 10.000 visitatori

Publicazioni stampa (tiratura): 74.276 copie

Radio: 457.676 ascoltatori giornalieri

Social media: portata 610.796, 1.829.424 impressioni



## GIORNATA DELLO SPECK ALTO ADIGE A NATURNO

Attraversare la piazza del Municipio a Naturno e nel frattempo gustare deliziosi prodotti locali: questo è ciò che i visitatori hanno potuto fare il 4 maggio durante la seconda edizione della giornata dello Speck Alto Adige a Naturno. Gli interessati hanno potuto godere di un programma ricco di varietà, con mercato del gusto, showcooking e musica dal vivo dalle ore 10 alle 18.

I produttori dello Speck Alto Adige IGP, insieme ad altri produttori di prodotti di qualità dell'Alto Adige, hanno presentato la diversità culinaria della nostra terra. La promozione dell'evento è stata realizzata attraverso volantini, advertorial, radio e su vari canali di social media.

### SOCIAL MEDIA

Portata 180.930

654.382 impressioni



## SPECKAPERITIVO WINTER

Ogni sabato e domenica di marzo 2025, gli ospiti della comprensorio sciistico Rio Pusteria hanno potuto vivere il piacere degli sport invernali abbinato a highlight culinari dedicati allo Speck Alto Adige IGP. Il nuovo partner dell'evento, lo Schüttelbrot Alto Adige IGP, ha completato le creative interpretazioni dello speck in modo gustoso e autentico. Le malghe del comprensorio sciistico hanno coccolato gli ospiti con innovative creazioni a base di speck. L'evento è stato promosso dalla Cooperativa Turistica di Rio di Pusteria, da IDM Alto Adige e dal Consorzio attraverso diverse emittenti radiofoniche, canali social media e Stol On Tour. A ciò si è aggiunta un'attività promozionale tramite flyer, espositori da tavolo, menu e manifesti. Inoltre, la visibilità dell'evento sul posto è stata rafforzata da bandiere e banner presenti nei rifugi sciistici nonché nelle stazioni a monte e a valle.

### SOCIAL MEDIA

Facebook: 926.718 impressioni

Google Display Network: 661.010 impressioni



## SPECKAPERITIVO SPRING

Ogni giovedì di maggio, i ristoranti Campofranz a Bolzano, City Vinothek a Merano, Viertel Bar a Bressanone e CO-SMO Restaurant & Bar a Brunico hanno offerto agli ospiti stuzzichini innovativi con Speck Alto Adige IGP. Durante l'evento, la tradizionale specialità è stata presentata in modo moderno. La promozione dell'evento ha incluso una campagna radio su emittenti come Südtirol 1, Radio Tirol, Radio Holiday e NBC, una galleria fotografica su Stol on Tour e una campagna sui social media. Inoltre, la promozione dell'evento è stata supportata da vari materiali pubblicitari come volantini, espositori da tavolo, stuzzicadenti e roll-up, forniti ai ristoranti partecipanti.



### SOCIAL MEDIA E RADIO

Social media:  
215.021 persone raggiunte, 873.550 impressioni

Radio:  
portata media giornaliera di 348.675 persone

## SPECK & WINE EMOTION - PLAN DE CORONES

Anche nel 2025, l'evento Speck&Wine Emotion è stato organizzato in collaborazione con Kronplatz Event, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige e l'Associazione degli Ambasciatori del Gusto dell'Alto Adige. Il format è rivolto a un gruppo esclusivo di massimo 20 partecipanti e unisce attività fisica, gastronomia e conoscenza del prodotto nel comprensorio sciistico del Plan de Corones. Accompagnati da un maestro di sci, i partecipanti hanno visitato tre rifugi selezionati, dove hanno degustato Speck

Alto Adige IGP e vini abbinati, insieme a un ambasciatore del gusto. Nell'ambito della degustazione sensoriale sono state inoltre trasmesse informazioni approfondite sulla storia, la produzione, la qualità e l'utilizzo del prodotto. Nel 2025 Speck&Wine Emotion si è svolto complessivamente nove volte. Alle manifestazioni hanno partecipato in totale 122 persone.



## SPECKSAFARI A BOLZANO E MERANO

Nel 2025, il format di visita guidata SpeckSafari a Bolzano è stato portato avanti con successo e ulteriormente sviluppato. Grazie alla collaborazione tra l'Azienda di Soggiorno di Bolzano, le guide turistiche, l'Associazione degli Ambasciatori del Gusto dell'Alto Adige, la Cantina Castel Sallegg e il Consorzio dello Speck Alto Adige, l'offerta storico-culinaria è stata nuovamente consolidata come parte integrante del programma turistico cittadino. Lo SpeckSafari unisce la storia della città ad approfondimenti sulla provenienza, la produzione e i criteri di qualità dello Speck Alto Adige IGP, concludendosi con una degustazione guidata.

Nella primavera 2025, 162 ospiti hanno partecipato alle visite guidate regolarmente proposte a Bolzano. Nella stagione autunnale 2025, è stato registrato un netto incremento rispetto all'anno precedente, con 326 partecipanti. Complessivamente, a Bolzano sono stati raggiunti 488 ospiti.

Nell'autunno 2025, per la prima volta, si è svolta anche la **SpeckSafari Merano**: quattro visite guidate tra metà ottobre e metà novembre hanno coinvolto 27 partecipanti.

Nel complesso, la SpeckSafari ha registrato nel 2025 un totale di 515 partecipanti, confermando la propria posizione come esperienza enogastronomica e culturale attrattiva e di elevata qualità in Alto Adige.



## ACCADEMIA DELLO SPECK

L'Accademia dello Speck è parte integrante della "strategia delle quattro I" del Consorzio (Informare, Istruire, Coinvolgere e Identificare) e ha l'obiettivo di avvicinare diversi gruppi target alla cultura, al procedimento di produzione tutelato e ai valori dello Speck Alto Adige IGP.

Nel corso del 2025 si sono svolti due corsi: il corso di cucina per bambini "Divertimento in cucina per bambini" con cinque partecipanti e il format introduttivo "Speck ABC" con sei partecipanti.

La promozione dell'Accademia dello Speck e delle sue attività è avvenuta attraverso diversi canali: post su LinkedIn e Instagram, invii e-mail ad ambasciatori del gusto, partner di cooperazione e contatti già esistenti, pubblicazione sulla SpeckPost nonché tramite newsletter e Facebook dei locatori privati. L'Accademia del Vino ha inoltre sostenuto la comunicazione con un'inserzione nella propria brochure. Grazie alla combinazione mirata di offerta formativa e comunicazione articolata su più canali, l'Accademia dello Speck ha contribuito in modo significativo alla diffusione delle conoscenze e al rafforzamento dell'identificazione con lo Speck Alto Adige IGP.



Google Display Network: 787.002 impressioni

Social Media: 676.935 impressioni; portata 67.900

Online publicer Stol: 1.149.078 impressioni

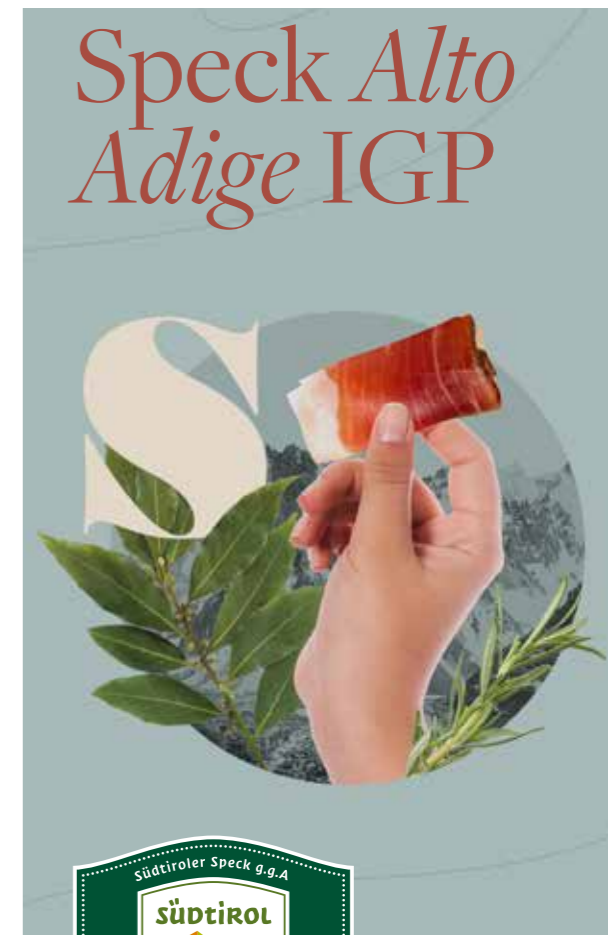
## SVILUPPO DELLA STRATEGIA PER SENSIBILIZZARE IL SETTORE GASTRONOMICO E HORECA SULLO SPECK ALTO ADIGE IGP

Nel 2024 e 2025 è stata sviluppata, in stretta collaborazione con l'agenzia di comunicazione Succus, una strategia completa per sensibilizzare i ristoranti e le aziende del settore Horeca riguardo allo Speck Alto Adige IGP. L'obiettivo della strategia è di aumentare la consapevolezza sulla qualità superiore e le caratteristiche uniche dello Speck Alto Adige IGP e rafforzare la sua presenza nella gastronomia e nel settore Horeca.

Per finalizzare la strategia, sono stati coinvolti diversi partner chiave nel processo, tra cui il gruppo gastronomico e marketing del Consorzio Speck Alto Adige, che ha contribuito con le sue competenze.

Nell'ambito della strategia, è stato deciso di non limitarsi a sviluppare internamente il concetto, ma anche di promuoverlo in modo mirato. La prima fase della promozione è prevista per il 2026, con una campagna che si svolgerà sia nel settore B2B che B2C. Queste azioni di marketing proseguiranno e si intensificheranno negli anni successivi.

L'obiettivo principale della campagna è attrarre nuovi partner per lo Speck Alto Adige IGP e posizionarlo in modo ancora più forte nel mercato. L'attenzione sarà concentrata sul sottolineare la qualità e l'autenticità dello Speck Alto Adige IGP e sull'aprire nuove opportunità commerciali nel settore gastronomico e Horeca.



Speck Alto Adige IGP è tradizione, innovazione e una simbiosi di aromi raffinati e intensi. Massima qualità per un piacere raffinato.

SCOPRI DI PIÙ:



Consorzio Tutela Speck Alto Adige  
Via Portici 71, 39100 Bolzano  
Tel. +39 0471 300 381  
E Mail: info@speck.it



## EISACKTALER KOST 2025: UN FESTIVAL CULINARIO PER I PRODOTTI DI QUALITÀ ALTOATESINI

Il festival culinario, organizzato dai locali aderenti a Eisacktaler Kost, si è svolto in primavera e ha portato la diversità della regione sulla tavola. Complessivamente, 18 attività hanno partecipato all'evento, che è stato supportato da comunicati stampa e post sui social media per raggiungere un ampio pubblico.

Un aspetto fondamentale dell'evento è stata l'inclusione di prodotti di qualità Alto Adige, come lo Bauernspeck, la Mela e altri prodotti con il marchio di qualità Alto Adige. Per questi prodotti sono state offerte diverse degustazioni e formazione, per far conoscere meglio le loro caratteristiche e la loro alta qualità.

L'evento ha promosso la rete di contatti tra le aziende partecipanti, i produttori e con la regione.



**18**  
aziende  
partecipanti

## SCUOLE ALBERGHIERE DELL'ALTO ADIGE – SPECK ALTO ADIGE IGP E PRODOTTI DI QUALITÀ ALTO ADIGE

Gli eventi formativi sui prodotti di qualità Alto Adige, che si svolgono da alcuni anni nelle scuole alberghiere, sono stati proseguiti nel 2025. L'obiettivo è informare le classi sui prodotti di Qualità Alto Adige e far conoscere agli studenti le caratteristiche sensoriali di alcuni prodotti selezionati attraverso delle degustazioni. I corsi e le degustazioni sono tenuti da ambasciatori del gusto e produttori come relatori ospiti. Nel febbraio 2025 si è svolto un seminario di due giorni presso la Scuola alberghiera provinciale Kaiserhof. In totale, hanno partecipato al seminario 90 studenti.



**90**  
studenti

## GRUPPI ALBERGHIERI

Nel 2025 è proseguita la proficua collaborazione con il raggruppamento alberghiero Dolce Vita Hotels e con l'Associazione degli affittacamere privati dell'Alto Adige. Queste partnership continuano a puntare sull'integrazione di primo piano dello Speck Alto Adige IGP nell'offerta culinaria degli hotel, dove lo speck riveste un ruolo centrale soprattutto nel buffet della colazione, venendo così presentato agli ospiti come prodotto di alta qualità. Grazie alla messa a disposizione di materiale promozionale, lo Speck Alto Adige IGP viene valorizzato in modo

evidente e autentico nelle strutture ricettive; inoltre, il personale viene informato e sensibilizzato in merito a questa specialità. Queste misure contribuiscono a offrire agli ospiti un'esperienza di gusto unica e a rafforzare la consapevolezza verso il prodotto regionale.



## INIZIATIVA BENEFICA 2025

Nel 2025 il concetto della raccolta fondi prevedeva la generazione di un contributo per ogni visitatrice e visitatore della Festa dello Speck Alto Adige al Plan de Corones. L'obiettivo era quello di coniugare l'elevata affluenza dell'evento con un valore sociale aggiunto e, insieme ai produttori, offrire un sostegno concreto a persone in situazioni di grave difficoltà in Alto Adige.

L'iniziativa è stata accompagnata da un'attività di comunicazione sui media, tra cui un quiz mattutino trasmesso dalle emittenti Südtirol 1 e Radio Tirol dal 15 al 26 settembre 2025. Nell'ambito del quiz sono state poste domande sullo Speck Alto Adige IGP, promuovendo così sia la Festa

dello Speck sia l'iniziativa benefica. Le partecipanti e i partecipanti hanno avuto la possibilità di vincere un buono pasto per due persone valido alla Festa dello Speck. Nel 2025 è stata complessivamente devoluta a "Südtirol hilft" una donazione pari a 10.000,00 euro. Tutti i costi organizzativi dell'iniziativa sono stati sostenuti dal Consorzio, garantendo che l'intero importo donato andasse a beneficio delle persone sostenute. La selezione e la verifica dei casi bisognosi sono affidate alle organizzazioni partner coinvolte; il Presidente della Provincia Arno Kompatscher ricopre il ruolo di patrono dell'organizzazione.



## ALTO ADIGE A TAVOLA - SILVIA FONTANIVE

Nell'ambito della serie di eventi "Alto Adige a tavola 2025", il Consorzio Tutela Speck Alto Adige è stato presente in diverse tappe gourmet organizzate nelle rinomate destinazioni turistiche della nostra provincia. Anche nel 2025, questa rassegna ha offerto un palcoscenico d'eccezione per la promozione di prodotti regionali di qualità, competenze culinarie e il contatto diretto con i visitatori. Le tappe gastronomiche si sono svolte nelle seguenti date e località:

- > 17/06/2025 - Quellenhof
- > 13/07/2025 - Val Gardena, Baita Ciampac, in collaborazione con l'Hotel Gran Baita (5 stelle) e il Bistrot B24
- > 10/08/2025 - Club Moritzino, Alta Badia.

Al centro degli eventi vi erano live show cooking con chef selezionati che, insieme a produttori locali, hanno prepara-

rato piatti tipici altoatesini. In questo contesto, lo Speck Alto Adige IGP è stato presentato come prodotto protetto di qualità e fatto conoscere ai visitatori attraverso degustazioni guidate. La conduzione degli eventi ha consentito il coinvolgimento attivo del pubblico, trasmettendo interessanti informazioni su origine, lavorazione e peculiarità degli ingredienti utilizzati.

Le iniziative si sono contraddistinte per l'elevata affluenza di visitatori, un pubblico interessato e un riscontro positivo. Il contatto diretto con i consumatori ha permesso al Consorzio di comunicare in modo autentico i valori dello Speck Alto Adige IGP, sottolineando l'importanza di origine, qualità e denominazione protetta.



## ITALIA

### CAMPAGNA D'IMMAGINE NAZIONALE SPECK ALTO ADIGE IGP "UNESPECKTED"

Nel 2025 il Consorzio Tutela Speck Alto Adige IGP ha vissuto un anno di consolidamento e crescita, rafforzando il posizionamento del prodotto come eccellenza certificata.

La strategia di comunicazione, basata sulle attività integrate e su due flight di campagna nazionale, ha garantito ampia visibilità e risultati positivi in termini di efficacia e brand awareness.

Il messaggio creativo ha valorizzato versatilità e genuinità del prodotto attraverso claim distintivi e riconoscibili.

Particolarmente rilevante è stata la puntata di Linea Verde, che ha dato grande visibilità alla filiera, al territorio e ai valori del Consorzio.

I risultati ottenuti confermano il 2025 come l'anno del consolidamento della campagna Unespeckted e pongono le basi per un 2026 ricco di iniziative, anche in vista del trentesimo anniversario del Consorzio.



### UN PEZZO DI ALTO ADIGE NELLE SCUOLE PRIMARIE DELLA LOMBARDIA E DEL VENETO: UN PROGETTO EDUCATIVO CHE COINVOLVE GLI SCOLARI

In collaborazione con gli esperti de La Fabbrica, nel 2024 è stato proseguito per il secondo anno consecutivo il progetto scolastico che avvicina gli studenti delle scuole primarie della Lombardia al Speck Alto Adige IGP. Insieme ai loro insegnanti, gli alunni hanno intrapreso un affascinante viaggio per scoprire le caratteristiche distintive dello Speck Alto Adige IGP e l'unicità del nostro territorio. Per approfondire questa esperienza, 427 scuole hanno ricevuto gratuitamente materiale didattico sotto forma di kit educativo, utilizzato durante le lezioni. Il progetto offre anche la possibilità di partecipare a un concorso. Le classi scolastiche sono invitate a presentare diverse interpretazioni di ricette, preparate sia a scuola sia a casa con le loro famiglie. Le tre classi vincitrici sono state premiate in primavera con un generoso premio in beni del valore di 1.000 € e hanno avuto l'opportunità esclusiva di partecipare a un workshop speciale.



12.325  
scolari

## PROGRAMMA DI PR: VIAGGI E MAILING PER GIORNALISTI E BLOGGER

### Comunicati stampa

Comunicati stampa destinati alla stampa specializzata e a quella generale hanno fornito al panorama mediatico ampie informazioni sul Speck Alto Adige IGP. Contenuti diversificati e argomenti interessanti hanno caratterizzato l'attività di comunicazione stampa sia online che offline.

Comunicati stampa: 3

Clipping: 128

Portata: 168.945.380

Media value: 345.646 €

### Viaggio stampa

Dal 10 al 12 giugno 2025 si è svolto un viaggio stampa in Alto Adige dedicato allo Speck Alto Adige IGP e alle eccellenze gastronomiche locali. Al viaggio stampa hanno partecipato 6 giornalisti delle testate trade nazionali Mark Up, Largo Consumo, Italia a Tavola, Salumi & Consumi e Distribuzione moderna. Il programma ha previsto visite a a Recla a Silandro e Koflers Delikatessen

a Senale San Felice, incontri con esperti e ambasciatori del gusto, oltre a laboratori culinari e degustazioni guidate. I partecipanti hanno potuto scoprire la tradizione, la qualità e la versatilità dello Speck Alto Adige IGP attraverso esperienze autentiche, arricchite da pranzi e cene in ristoranti tipici e momenti di approfondimento sul territorio e la sua cultura gastronomica.

### Campagna „All'origine della Qualità“

I prodotti con il marchio Alto Adige godono di un'ottima immagine, ma non sempre riescono a generare il valore aggiunto che la loro alta qualità giustificherebbe. Una campagna dedicata ai prodotti di qualità dell'Alto Adige - Vino Alto Adige DOC, Mela Alto Adige IGP, nonché Latte e derivati con il marchio di qualità Alto Adige - mira ad aumentare la notorietà di questi prodotti e a evidenziarne la qualità. La campagna è stata trasmessa in Italia con spot televisivi e digitali nella primavera, da metà aprile a fine maggio, e in autunno, nel mese di novembre.

6

giornalisti  
partecipanti



## I PRODOTTI DI QUALITÀ DELL'ALTO ADIGE COME SPONSOR UFFICIALI DEI GIOCHI OLIMPICI E PARALIMPICI INVERNALI MILANO CORTINA 2026

Per la prima volta nella storia, a febbraio 2026 i Giochi Olimpici si svolgeranno sul territorio altoatesino - un evento di rilevanza mondiale e un'occasione unica per rendere visibile a livello internazionale la varietà e la particolarità della regione. I Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano Cortina 2026 offrono il contesto ideale per mettere in primo piano i prodotti agricoli e alimentari di alta qualità dell'Alto Adige.

L'Olimpiade rappresenta valori come spirito di squadra, passione, tradizione, eccellenza e impegno. Gli stessi valori sono incarnati anche dai prodotti di qualità dell'Alto Adige. La partnership con i Giochi Olimpici non è quindi solo naturale, ma anche strategicamente significativa. Attraverso la presenza congiunta del marchio, gli sponsor e i consorzi beneficiano della forte identità visiva unificata dei giochi. Questo aumenta sia la visibilità sia il riconoscimento dei prodotti, rafforzandone il posizionamento nella consapevolezza dei consumatori finali. L'obiettivo è aumentare in modo sostenibile la notorietà e il desiderio dei prodotti agricoli altoatesini.

Prima e durante i giochi, una campagna di comunicazione su scala nazionale metterà i prodotti di qualità dell'Alto Adige al centro dell'attenzione. Oltre a Vini Alto Adige DOC, Mela Alto Adige IGP, Schüttelbrot Alto Adige IGP e Formaggio Stelvio DOP, anche lo Speck Alto Adige IGP sarà presente, nell'ambito del composite logo, insieme al marchio ombrello Alto Adige e al marchio dei Giochi Olimpici. La campagna su larga scala porta il claim "Il gusto dell'eccellenza" e sarà diffusa attraverso diversi canali, sia online che offline. Un primo flight pubblicitario è partito a novembre 2025, seguito da una fase più intensa da metà gennaio a fine febbraio 2026.

Come apertura, il 2 dicembre 2025 si è tenuto a Milano un evento kick-off per la stampa italiana. Durante le competizioni ad Anterselva sono previsti due press trip in incoming: uno per la stampa di settore italiana e uno per influencer. La campagna sarà inoltre supportata da contenuti sui canali di comunicazione dell'Alto Adige, tra cui LinkedIn, Facebook e Instagram. È stata inoltre creata su suedtirol.info una landing page dedicata, che presenta i prodotti come partner olimpici e guida i visitatori alle

relative pagine prodotto.

Con questa presenza capillare, l'Alto Adige sfrutta il richiamo dei Giochi Olimpici per consolidare in modo efficace e duraturo la presenza dei propri prodotti di qualità nella consapevolezza internazionale.



## GERMANIA

### ATTIVITÀ GENERALI DI PR

I contatti con i media sono stati curati con attenzione durante tutto l'anno. Oltre ad approcci consolidati, alle redazioni sono stati proposti anche temi nuovi e interessanti. Attraverso mailing stampa mirati e la messa a disposizione di nuovi contenuti, ai media sono stati forniti costantemente spunti per la copertura giornalistica. Misure di PR mirate, come un viaggio stampa con Reisewelt ALpen e collaborazioni mediatiche, hanno contribuito a rafforzare la visibilità dello Speck Alto Adige IGP sul mercato tedesco.

### COOPERAZIONI MEDIA

Nel 2025 è stata realizzata una collaborazione con "Reisewelt Alpen" (tiratura: 45.000 copie). Questa collaborazione comprendeva un advertorial di una pagina dal titolo "Ospiti in Alto Adige" con riferimento alla Festa dello Speck nell'edizione 4/25, l'integrazione nella newsletter e online sul sito [www.wir-leben-outdoor.de](http://www.wir-leben-outdoor.de), nonché un invito alla Festa dello Speck 2025.

Il reportage di più pagine sul viaggio stampa in occasione della Festa dello Speck è stato pubblicato nell'edizione 1/2026. La newsletter viene inviata a 14.700 abbonati.



### Gusto "made in Alto Adige": evento PR ad Amburgo porta la qualità regionale nel piatto

Il 9 aprile una location ad Amburgo si è trasformata in un palcoscenico per due autentici prodotti altoatesini: lo Speck Alto Adige IGP e la Mela Alto Adige IGP sono stati protagonisti di un esclusivo evento stampa, organizzato dal Consorzio Tutela Speck Alto Adige e dal Consorzio Mela Alto Adige in collaborazione con IDM Alto Adige.

Otto selezionati giornalisti e giornaliste di food e lifestyle sono stati invitati a vivere i prodotti con tutti i sensi - attraverso approfondite spiegazioni sui prodotti, interessanti informazioni di background sulla provenienza e qualità, e naturalmente con la degustazione vera e propria. L'evento è stato accompagnato da un'esperta di mele e dal direttore del Consorzio dello Speck Alto Adige IGP, che hanno offerto approfondimenti su tradizione, metodo di produzione e potenzialità culinarie.

Il momento clou del gusto è stato un live tasting con creativi abbinamenti Speck-Mela, preparati da una chef che ha combinato i due prodotti di qualità altoatesini in modo moderno e gustoso.

Publicazioni: 75
Portata totale: 274.527.887
Media value complessivo 1.164.441,62 €



8  
giornalisti  
partecipanti

### ATTIVITÀ TRADE

### "SÜDTIROLER SPECK G.G.A. - TYPISCH SPECK, TYPISCH SÜDTIROL": OLTRE 600 GIORNATE DI DEGUSTAZIONE IN GERMANIA

Da settembre 2025 a gennaio 2026, grazie a un contributo pubblico nazionale del 70% del MASAF - Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste - lo Speck Alto Adige IGP è stato protagonista di un massiccio tour del gusto in Germania, sotto lo slogan "Speck Alto Adige IGP - Typisch Speck, typisch Südtirol". Le degustazioni, guidate da promoter formati, hanno coinvolto oltre 300 punti vendita, con più di 600 giornate di assaggio previste presso le principali catene tedesche, tra cui Edeka, Rewe, V-Markt, Tegut e Globus.

L'obiettivo del Consorzio è stato quello di stimolare nuovamente la domanda di Speck Alto Adige IGP, in un contesto di generale contrazione dei consumi in Germania. L'iniziativa, realizzata sul territorio del principale mercato di export dello Speck Alto Adige IGP, è stata implementata grazie alla collaborazione professionale con l'agenzia di trade marketing Pepp Foodmarketing.

Durante le giornate dedicate, i consumatori hanno potuto degustare lo Speck Alto Adige IGP e ricevere informazioni dettagliate sulle sue caratteristiche distintive e sulla qualità che lo rende unico. Un'esperienza che combina conoscenza e gusto, valorizzando iniziative che mettono in diretto contatto il consumatore con il prodotto, proprio nel punto vendita dove avviene la decisione d'acquisto.



### ANUGA 2025. SPECK ALTO ADIGE IGP CON UN NUOVO STAND ALLA FIERA ALIMENTARE N° 1 AL MONDO

Dal 4 all'8 ottobre 2025, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige è stato nuovamente presente all'ANUGA di Colonia, fiera leader mondiale per il settore food & beverage: punto d'incontro centrale per i professionisti internazionali del settore, offre un palcoscenico importante per i prodotti di origine con un chiaro posizionamento qualitativo.

Nuovo stand IDM Alto Adige. Per l'ANUGA 2025, IDM Alto Adige ha sviluppato e progettato un concept completamente nuovo per lo stand, con l'obiettivo di rendere i valori dell'Alto Adige - autenticità, qualità e cultura culinaria - più moderni e chiaramente percepibili. Il nuovo padiglione è stato utilizzato per la prima volta dai produttori di speck e inaugurato lunedì 6 ottobre da IDM, insieme ai rappresentanti politici e delle associazioni altoatesine.

### Insieme in fiera: cinque produttori di speck in rappresentanza dell'Alto Adige

Al padiglione collettivo del Consorzio Tutela Speck Alto Adige del 2025 - organizzato e coordinato dall'area Business Development di IDM Alto Adige - hanno partecipato anche cinque aziende: Recla, G. Pfitscher, Moser, Mendelspeck e Koflers Delikatessen.

Queste imprese, che rappresentano la competenza e la varietà della produzione di Speck Alto Adige IGP, hanno utilizzato la piattaforma ANUGA per presentare a un pubblico internazionale di professionisti il proprio assortimento e i punti di forza qualitativi.

L'intero stand, compresa l'area gastronomica, ha funto da punto d'incontro centrale per colloqui, degustazioni e contatti con i clienti. Qui, presentazione dei prodotti, ospitalità altoatesina e scambio professionale si sono fusi in un'immagine coerente, che posiziona chiaramente il marchio Speck Alto Adige IGP e lo rafforza in modo duraturo.



### SHOP IN SHOP

Il format Shop in Shop Alto Adige unisce specialità regionali a un'autentica cultura del gusto ed è stato presente in Germania per il terzo anno consecutivo. In 19 punti vendita della GDO premium, lo Shop ha presentato direttamente ai consumatori tedeschi la varietà e la qualità dei prodotti agricoli dell'Alto Adige. I prodotti sono stati proposti secondo un concept unitario che poneva al centro l'origine e l'eccellenza qualitativa. Dai vini pregiati allo Speck Alto Adige IGP, fino alle specialità tradizionali, l'assortimento invitava alla scoperta e al piacere.

Complessivamente, lo Shop in Shop Alto Adige è stato presente per 87 settimane, offrendo la possibilità di vivere i prodotti da vicino. Le degustazioni hanno rappresentato un momento di grande richiamo per gli amanti del buon gusto, offrendo al contempo interessanti approfondimenti sulla tradizione e sui metodi di produzione delle specialità altoatesine.

Parallelamente l'Alto Adige ha puntato su collaborazioni esclusive con partner del settore gastronomico di alta gamma, come Feinkost Käfer e FrischeParadies, partecipando inoltre a eventi B2B per posizionare i prodotti nel segmento

premium. Queste partnership non solo rafforzano l'immagine dei prodotti agricoli dell'Alto Adige, ma favoriscono anche la distribuzione in mercati chiave. Creano fiducia e sottolineano l'impegno verso la massima qualità e una cultura del gusto d'eccellenza. Lo Shop in Shop Alto Adige porta l'unicità dell'Alto Adige direttamente ai clienti, rendendo il mondo del gusto della regione un'esperienza innovativa e coinvolgente.



## POLONIA

### PROGETTO DI SVILUPPO COMMERCIALE E COMUNICAZIONE IN POLONIA



Con una crescita delle esportazioni di salumi dall'Italia pari a circa il 20% annuo, una popolazione di 38 milioni di consumatori, un PIL in aumento del 3,5% circa e un conseguente incremento del potere d'acquisto, la Polonia è uno dei nuovi mercati più interessanti per lo speck. Anche per questo, si colloca al quarto posto - dopo Italia, Germania e Francia - nella classifica dei Paesi prioritari: in tal senso, a fine 2024, abbiamo elaborato alcuni progetti di promozione delle vendite in linea con lo sviluppo del mercato, raccolto i relativi preventivi, predisposto l'intera documentazione e presentato la richiesta di finanziamento. Complessivamente, sono state approvate attività per circa 200.000 euro. Attraverso inserzioni e pubbliredazionali sui quattro principali media commerciali online e offline,

acquirenti, importatori e grossisti del canale LEH e Horeca (B2B) sono stati informati miratamente sul nostro prodotto e sulle iniziative in corso nel loro Paese. Nei punti vendita di Auchan, Spolem, Intermark, Frac, Eurospar, Carrefour e Leclerc, sono state inoltre organizzate degustazioni per 10.100 giornate e distribuiti 50.000 opuscoli, 6.000 wobblers (espositori da scaffale) e manifesti o collocati nei frigoriferi dove veniva venduto lo speck. In questo contesto, è stata prestata particolare attenzione affinché i promotori invitassero all'acquisto i consumatori partecipanti alle degustazioni. Infine, il nostro sito internet <https://www.speck.it/pl/> è ora disponibile anche in una quinta lingua, il polacco appunto.

## USA

### FIERA SUMMER FANCY FOOD SHOW 2025 A NEW YORK

Sull'onda del successo ottenuto finora sul mercato e considerata l'importanza di questa fiera, fondamentale per le piazze nordamericane, anche quest'anno abbiamo presenziato alla 69<sup>ma</sup> edizione della Fancy Food Show di New York, tenutasi da domenica 29 giugno a martedì 1° luglio.

Probabilmente anche grazie all'attrattiva del Paese partner di quest'anno, l'Italia, la manifestazione ha registrato un'affluenza record di 32.000 visitatori, tra cui 8.100 acquirenti (+9%), con un significativo incremento rispetto al 2024 (+14%). Hanno inoltre preso parte 2.500 espositori provenienti da 59 Paesi, di cui 400 alla loro prima partecipazione, inclusi 350 espositori italiani (stime fornite dall'organizzatore italiano Universal Marketing).

Siamo riusciti a convincere IDM Alto Adige a inserire questa fiera nel proprio programma, riuscendo a ottenere una lieve diminuzione dei costi e dell'impegno a nostro carico. IDM, presente con 2 persone, ha avuto la possibilità di conoscere e utilizzare tutti i contatti del Consorzio e, in futuro, seguirà questo mercato in modo più intensivo.

Al fine di curare e ampliare i contatti, presso lo stand abbiamo organizzato un piccolo ricevimento rivolto a tutti i produttori presenti, la direzione di ICE Nord America, l'assessore provinciale Galateo, il direttore di ASSICA Calderone, potenziali acquirenti e giornalisti. Cogliamo l'occasione per ringraziare ancora una volta tutti i produttori, per aver fornito al Consorzio i loro prodotti e per il fattivo supporto in loco.

Anche in fiera il tema dei nuovi dazi ha occupato un ruolo centrale nel dibattito; tuttavia, l'opinione prevalente è che non determineranno una significativa contrazione delle vendite. Negli Stati Uniti, infatti, i nostri prodotti si collocano in una fascia di prezzo alta e, di conseguenza, gli aumenti previsti, stimati complessivamente intorno al 25%, incluso il deprezzamento del dollaro, dovrebbero avere un impatto contenuto.



## EXPORT

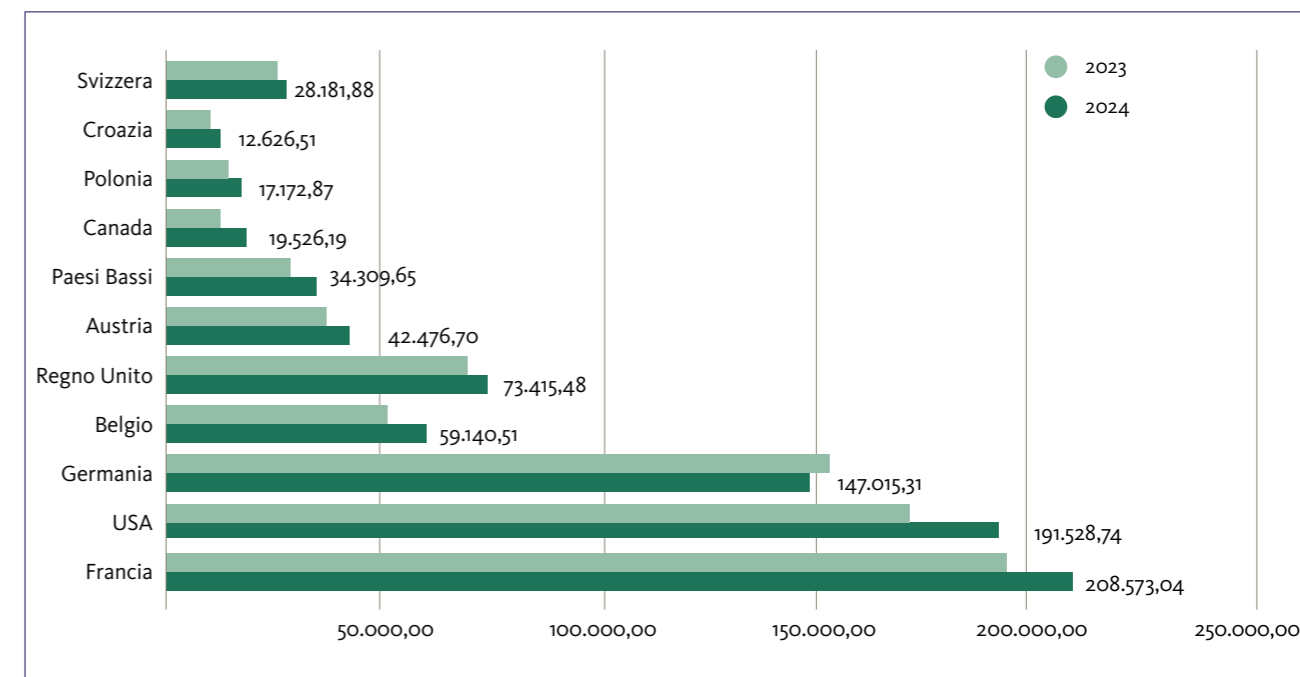
### ATTIVITÀ DI EXPORT IN GENERALE

Al fine di valorizzare al meglio il know-how e l'esperienza dei nostri responsabili export, sia nello sviluppo di piani di attività mirati sia nel costante aggiornamento sul loro stato di attuazione, sono stati istituiti tre gruppi di lavoro dedicati a queste tematiche. Nel 2023, è stato inoltre organizzato il primo Export Day, che ha offerto l'opportunità di presentare a tutti i responsabili export gli esperti di settore e i rispettivi dirigenti dell'ICE operanti nei principali mercati

Venerdì 30 maggio 2025, presso la sede di IDM a Bolzano, è stato organizzato un secondo Export Day, volto a informare i membri del Consorzio e segnalare loro tutte le "piazze" interessanti, anche al di là di quelle concretamente sviluppate, e le iniziative di apertura dei mercati. In collaborazione con IDM, ASSICA, IVSI (reparto marketing di ASSICA per l'esportazione di salumi) e ICE, abbiamo

illustrato, Paese per Paese, le concrete opportunità e il sostegno disponibile da parte di IDM, ICE, ministeri e altre istituzioni. La dott.ssa Giada Battaglia di ASSICA ha presentato nel dettaglio i 20 mercati più rilevanti per fatturato export di salumi, consumo pro capite e altri criteri, evidenziando quelli con potenziale apertura a breve, come Australia, India e Mercosur.

### ESPORTAZIONI PROSCIUTTO CRUDO E SPECK



Fonte: ASSICA - elaborazione dati ISTAT

## PROGETTI DELL'UE

### ORIGINALI, DALLE VETTE D'EUROPEA: HIGHLIGHTS DEL TERZO ANNO DELLA CAMPAGNA EUROPEA

Con il terzo anno si conclude la campagna "Originali dalle vette d'Europa", che nel corso del triennio ha accompagnato una crescita progressiva della notorietà e del posizionamento dello Speck Alto Adige IGP e del Formaggio Stelvio DOP in Italia, Germania e Francia. Un insieme integrato di azioni ha permesso di costruire una presenza continuativa e coerente, rafforzando l'immagine di eccellenza, autenticità e affidabilità che contraddistingue i due prodotti nel contesto europeo.

In Italia, la partecipazione alla fiera Golosaria nel mese di novembre a Milano ha rappresentato un'importante occasione di visibilità verso un pubblico sia B2C che B2B. Le degustazioni guidate da due ambasciatori del gusto altoatesini e lo show-cooking curato dallo chef Thomas Ortler hanno permesso di raccontare in modo diretto la versatilità dei prodotti in cucina.

Parallelamente, sono state attivate collaborazioni con influencer del settore food, che hanno contribuito ad amplificare la notorietà dello Speck Alto Adige IGP attraverso contenuti digitali mirati. Inoltre, le attività di degustazione presso i punti vendita Aspiag hanno favorito il contatto diretto con il consumatore finale, rafforzando la presenza del prodotto nel canale retail. La collaborazione con La Cucina Italiana ha infine garantito ulteriore visibilità allo Speck Alto Adige IGP e al Formaggio Stelvio DOP attraverso contenuti editoriali dedicati accompagnati da ricette dedicate.

In Germania, le attività di degustazione nei punti vendita hanno consolidato la presenza dello Speck Alto Adige IGP e del Formaggio Stelvio DOP, confermando il ruolo strategico della GDO nel rapporto diretto con i consumatori. Tra ottobre e novembre 2025 sono state realizzate oltre 120 giornate di assaggio in più di 45 punti vendita Edeka e REWE nel Nord e nell'Est del Paese, valorizzando origine e autenticità dei prodotti grazie a promoter formati.

Parallelamente, la partecipazione alla fiera Eat & Style di Amburgo a fine settembre ha offerto un'importante occasione di contatto con appassionati e professionisti del settore: allo stand dedicato, le degustazioni e le attività degli ambasciatori del gusto hanno permesso di approfondire provenienza e caratteristiche distintive delle specialità

altoatesine. A supporto, sono state inoltre attivate collaborazioni con influencer del settore food e una campagna programmatic online, finalizzate ad amplificare la visibilità del marchio e a raggiungere in modo mirato il pubblico tedesco.

In Francia, lo Speck Alto Adige IGP e il Formaggio Stelvio DOP hanno rafforzato la propria visibilità attraverso iniziative rivolte sia ai consumatori finali sia agli operatori professionali. La Restaurant Week, realizzata in primavera e in autunno, ha coinvolto ristoranti parigini e regionali con menù dedicati, valorizzando le caratteristiche e la versatilità dei prodotti altoatesini e consolidandone la percezione di qualità e autenticità.

Parallelamente, la collaborazione con le riviste Le Chef e LSA ha garantito ulteriore visibilità nel canale B2B attraverso contenuti editoriali e pubblicizzazionali dedicati a provenienza, metodi di produzione e utilizzi dei prodotti. A supporto delle attività, è stata inoltre attivata una campagna programmatic online, finalizzata ad amplificare la copertura e il reach sul mercato francese.

La campagna ha completato un percorso strategico volto a rafforzare la reputazione dello Speck Alto Adige IGP e del Formaggio Stelvio DOP nei mercati di Italia, Germania e Francia. Le attività realizzate hanno consolidato il posizionamento dei due prodotti presso consumatori, operatori e professionisti del settore, confermandoli come espressioni di eccellenza, tradizione e autenticità.



## ATTIVITÀ TRASVERSALI

### PRODOTTI DI QUALITÀ ALTO ADIGE DA EATALY

Nel mese di ottobre, Eataly ha promosso un'importante iniziativa dedicata ai prodotti con il marchio di Qualità Alto Adige e alle produzioni di Qualità Alto Adige con denominazione di origine europea. In dieci filiali selezionate della catena – sette negli Stati Uniti e tre in Canada – i clienti hanno avuto l'opportunità di conoscere e approfondire l'eccellenza delle produzioni altoatesine.

L'iniziativa si è rivolta sia al pubblico B2C sia a quello B2B. Prodotti come lo Speck Alto Adige IGP, i vini Alto Adige DOC e diversi formaggi con il marchio di Qualità Alto Adige sono stati al centro di giornate di degustazione ed eventi dedicati ai consumatori finali. Parallelamente, nei ristoranti delle filiali partecipanti è stato proposto per un mese un menu altoatesino, pensato per valorizzare le materie prime e raccontarne l'origine attraverso l'esperienza gastronomica.

Accanto alle attività rivolte al pubblico finale, è stata data grande importanza alla formazione e al coinvolgimento del personale dei negozi. In ogni filiale sono stati organizzati momenti formativi dedicati allo staff, con l'obiettivo di fornire strumenti e contenuti utili per comunicare in modo chiaro e competente il valore, l'origine e le caratteristiche dei prodotti di Qualità Alto Adige ai clienti.

Infine, oltre alle attività nei punti vendita, a New York e Los Angeles sono stati organizzati eventi B2B dedicati. In que-



ste occasioni sono stati invitati complessivamente circa 60 retailer selezionati dell'area – tra ristoratori, catene di distribuzione e specialty shop – offrendo ai produttori coinvolti la possibilità di presentare direttamente i propri prodotti, raccontarne la filosofia e sviluppare nuovi contatti e opportunità commerciali.

Nel complesso, l'iniziativa ha coinvolto dieci negozi Eataly in sette città del Nord America, tra cui le prestigiose sedi di New York, Chicago e Los Angeles, contribuendo a rafforzare la visibilità e il posizionamento dei prodotti di Qualità Alto Adige sia presso il pubblico finale sia presso gli operatori professionali del settore.

### LO SPECK ALTO ADIGE IGP SUSSURRA IN PRIMA PERSONA: "RACCONTI DI SPECK ALTO ADIGE IGP" E "LA TERRA DELLO SPECK ALTO ADIGE IGP"

Quale significato ha il marchio di qualità europeo "Indicazione Geografica Protetta" per ciascuno dei 26 produttori? Chi sono realmente le persone dietro lo Speck Alto Adige IGP? Cosa include la corretta miscela di spezie per lo Speck Alto Adige IGP? Cosa collega i produttori dello Speck Alto Adige IGP alle particolarità dell'Alto Adige? Per avvicinare i produttori alle comunità nel Sud della Germania e nel Nord Italia, sono state lanciate due nuove campagne sui social media: "Südtirol Alto Adige South Tyrol" su Facebook e "speckaltoadige" su Instagram. "Racconti di Speck Alto Adige" presentano i singoli produttori, mentre la campagna "la terra dello Speck Alto Adige" offre uno sguardo alle peculiarità turistiche e storiche dei luoghi in cui viene prodotto lo Speck. Queste campagne sono state presentate sotto forma di post mensili a carosello e continueranno fino alla fine del 2026.

Portata: 720.376

Impressioni: 2.488.372

Clic: 50.911

## INSTAGRAM



Nel 2025, il canale Instagram @SpeckAltoAdige, lanciato nel 2020, ha proseguito la propria attività consolidando ulteriormente la presenza digitale del Consorzio. Instagram si conferma una delle piattaforme più grandi e importanti per la comunicazione con il pubblico finale, con quasi oltre tre miliardi di utenti.

Il canale, gestito nel 2025 dalla coach esperta in business e comunicazione Roberta Creazzo, ha continuato a puntare su contenuti di alta qualità e autentici dedicati allo Speck Alto Adige IGP, con un focus su ricette, utilizzo concreto del prodotto, stagionalità, collaborazioni e momenti di racconto legati al territorio. L'obiettivo del canale è rimasto quello di costruire e rafforzare una community business-to-consumer, con particolare attenzione ai target più giovani, sempre più interessati alle specialità regionali e alla sostenibilità.

Nel 2025, l'account è passato da 3.707 follower (gennaio 2025) a 3.857 follower, con un incremento complessivo di 150 follower. Pur restando un indicatore utile da monitorare, il numero di follower oggi ha un peso minore rispetto alle performance dei contenuti (copertura, visualizzazioni e interazioni): per questo la crescita va tracciata nel tempo, senza valutare il risultato complessivo del canale solo sulla base di questo parametro.

Nel complesso, nel 2025 sono state registrate 113.438 visualizzazioni e 47.249 account raggiunti. Le interazioni con i contenuti sono state 1.356 e i clic sul link 579, evidenziando una crescita significativa dell'attività sul profilo e dell'interesse verso i contenuti pubblicati. Rispetto al 2024, le visualizzazioni risultano in forte aumento (da 56.436 a 113.438, quasi raddoppiate) e la copertura è cresciuta in modo netto (da 28.761 a 47.249). Anche le interazioni e i clic sul link mostrano un incremento marcato rispetto all'anno precedente.

Anche le stories hanno ottenuto buoni risultati, con 17.183 visualizzazioni e una copertura pari a 2.344: valori sostanzialmente stabili rispetto al 2024, a conferma del ruolo delle stories come supporto costante alla presenza del brand.

La community presenta una distribuzione quasi equilibrata tra i generi: 50,9% donne e 49,1% uomini. Anche la prove-

nienza geografica dei follower conferma la dimensione internazionale del canale: Italia 69,2%, Germania 12,6%, Stati Uniti 3,3%, Austria 1,8% e Francia 1,6% (segue la Svizzera 0,8%). Tra le città principali, Bolzano guida con il 3,3%, seguita da Roma (2,5%), Merano (1,9%), Milano (1,6%) e Monaco di Baviera (1%), oltre a Genova (0,9%).

Particolarmente efficaci nel 2025 sono risultati i contenuti legati a ricette, utilizzo concreto del prodotto e stagionalità, che hanno ottenuto le migliori performance in termini di copertura e interazioni. Anche la Festa dello Speck ha generato ottimi risultati, mentre i contenuti più istituzionali e informativi, se non supportati da uno storytelling più forte, sono risultati mediamente meno coinvolgenti. Le collaborazioni con influencer e creator del mondo food e lifestyle si sono confermate tra i contenuti con performance superiori alla media, contribuendo a credibilità, copertura ed engagement.

Nel complesso, il canale Instagram del Consorzio Tutela Speck Alto Adige risulta ben posizionato per proseguire il percorso di crescita digitale. Per le attività future, l'analisi evidenzia come area di sviluppo la conversione della visibilità in nuovi follower, valorizzando ulteriormente call to action più esplicite e format ricorrenti capaci di rendere l'engagement più costante nel tempo.



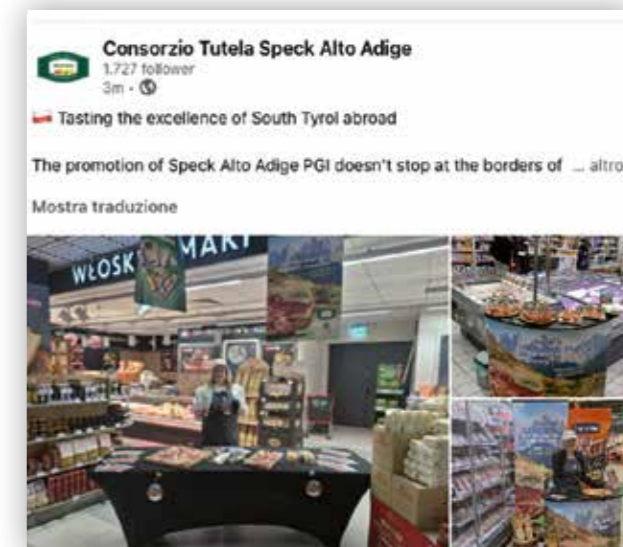
## LINKEDIN



Nel 2025, il canale LinkedIn del Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha proseguito la propria attività, confermando LinkedIn come piattaforma centrale per il networking professionale a livello mondiale. L'obiettivo del canale rimane quello di costruire una rete business-to-business tra attori del settore della grande distribuzione alimentare, della ristorazione, dei rivenditori, dell'industria pubblicitaria, delle agenzie di viaggi, dei consorzi nazionali, degli enti di controllo e i produttori dello Speck Alto Adige.

Nel 2025, il canale ha registrato una crescita netta rispetto al 2024, con circa +7.000 impressioni e +300 reazioni. Nel periodo 4/1/2025 - 31/12/2025 sono state registrate 21.675 impressioni, 781 reazioni, 15 commenti e 32 diffusioni dei post, confermando la solidità del presidio organico e la rilevanza del canale per il posizionamento istituzionale del Consorzio. I visitatori unici sono stati 289 (205 da desktop e 84 da mobile), con un incremento di circa +100 rispetto al 2024.

L'analisi della provenienza dei follower mostra una forte concentrazione in Italia e in Alto Adige, con Bolzano come prima località (328 follower, 19%), seguita da Milano (159, 9,2%), Roma (55, 3,2%), Verona (42, 2,4%), Trento (40, 2,3%) e Bologna (40, 2,3%), oltre a Modena, Torino, Parma e Monaco. Questa distribuzione evidenzia una portata



nazionale con una componente internazionale coerente con il ruolo del Consorzio.

In termini di contenuti, performano meglio i post che raccontano il Consorzio, gli eventi, il territorio, il ruolo istituzionale e la rete di produttori. Al contrario, i contenuti troppo simili a quelli di Instagram (prodotto "puro") risultano mediamente meno efficaci. Nel complesso, LinkedIn si conferma un canale di autorevolezza più che di massa: la crescita è lenta ma qualificata e coerente con un approccio organico non supportato da ads.

Il canale LinkedIn continua quindi a rivestire un ruolo strategico nella comunicazione del Consorzio Tutela Speck Alto Adige, rafforzandone l'immagine come soggetto autorevole, europeo e strutturato.



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

Altre misure di marketing nell'area online hanno riguardato la pagina Facebook ufficiale "Südtirol Alto Adige South Tyrol" e il canale Instagram @suedtirol.official, oltre all'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO). Per quanto



riguarda Instagram, l'attenzione si è concentrata sul canale @speckaltoadige con cui IDM Alto Adige ha interagito fortemente con la sua pagina Facebook "Südtirol Alto Adige South Tyrol" e il suo canale Instagram @suedtirol.official. Sulla pagina Facebook e sul canale Instagram @suedtirol.official, per diversi mesi sono stati comunicati diversi tematiche sullo Speck Alto Adige. Si è cercato di promuovere ogni argomento nel formato pubblicitario più adatto (foto, video, slideshow o carosello). La promozione si è concentrata su nuove ed entusiasmanti idee di ricette, sulle rubriche "La terra dello Speck Alto Adige IGP" e "Racconti di Speck Alto Adige IGP", sugli eventi Speck Aperitivo, Giornata dello Speck Alto Adige, Festa dello Speck e Speck Safari.

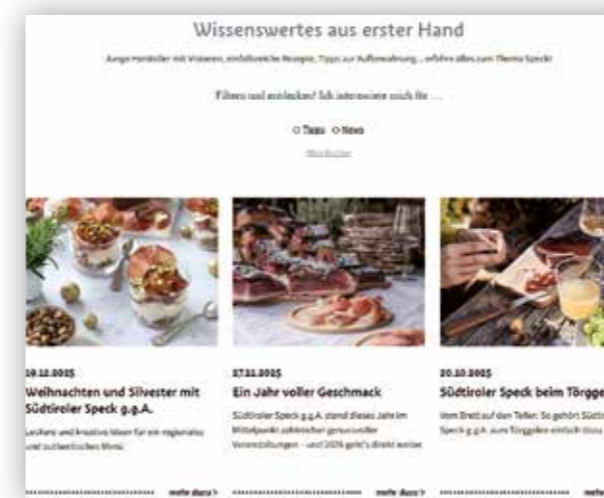
Nel corso dell'ottimizzazione SEO, sono state adottate misure per migliorare il posizionamento della pagina www.speck.it nei risultati organici dei motori di ricerca e aumentare così il traffico. Sul sito speck.it è stata creata la nuova pagina per la strategia della sostenibilità e sono stati costantemente aggiornati eventi e simili, per fornire agli utenti le informazioni più recenti.

SOCIAL MEDIA VALUTAZIONE 2025	
FACEBOOK Südtirol Alto Adige South Tyrol	
Numero di post:	23
Impressioni:	660.233
Portata:	497.486
INSTAGRAM @suedtirol.official	
Numero di post:	21
Impressioni:	988.921
Portata:	499.441

## SEMPRE AGGIORNATI: NEWS & NEWSLETTER

Per fornire regolarmente a tutti gli interessati informazioni aggiornate sul tema dello Speck Alto Adige, su www.speck.it vengono pubblicate due volte al mese notizie su vari argomenti: da eventi e ricette a fatti curiosi, consigli e trucchi, fino alla presentazione di produttori e campagne. Nel 2025 sono state pubblicate 14 notizie in lingua tedesca e italiana.

Media destinatari totale:	44.937
GERMANIA	
Media destinatari:	17.896
Tasso di clic medio:	6,52 %
ITALIA	
Media destinatari:	27.041
Tasso di clic medio:	33,4 %



## FOTOSHOOTING SPECK ALTO ADIGE IGP

Nel 2025 è stato realizzato un servizio fotografico per Speck Alto Adige IGP poiché si rendeva necessario disporre di nuove immagini. In questa occasione sono stati effettuati scatti per la presentazione del prodotto in diverse modalità, pensate per i vari mercati. Le immagini realizzate non sono state utilizzate solo per le attività di comunicazione esistenti, ma costituiscono anche la base per progetti futuri nei prossimi anni. Inoltre, i produttori dello Speck Alto Adige IGP hanno la possibilità di accedere a queste immagini e di utilizzarle nella propria comunicazione previo accordo con IDM Alto Adige.

## AGGIORNAMENTO DEL CORPORATE IDENTITY BOOKLET 2025

Nel 2025 è stato aggiornato il corporate identity booklet dello Speck Alto Adige IGP, adeguandolo al corporate design attuale. Il booklet serve a tutti gli utilizzatori del marchio come guida fondamentale per l'applicazione corretta degli elementi grafici, garantendo un'identità visiva coerente.

Nell'ambito di questo aggiornamento, nel 2026 saranno inoltre rivisti il logo istituzionale del Consorzio Tutela Speck Alto Adige, il co-branding e la comunicazione visiva della linea Riserva, al fine di rafforzare ulteriormente l'identità della marca e mantenerne la coerenza.

## RICERCA & SVILUPPO

### PROGETTO DI RICERCA CON SSICA

Nel 2025 l'area Ricerca e Sviluppo è stata rafforzata in modo mirato e integrata per la prima volta in maniera strutturata nel lavoro strategico del Consorzio Tutela Speck Alto Adige. L'obiettivo è consolidare in modo sostenibile le basi scientifiche a supporto della qualità e della competitività futura dello Speck Alto Adige IGP.

Una tappa fondamentale è stata l'avvio di un ampio progetto di ricerca in collaborazione con la SSICA – Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari (Parma), con il supporto tecnico del Centro di Sperimentazione Laimburg. Il progetto interessa l'intera catena del valore e crea una solida base per l'ulteriore sviluppo del disciplinare di produzione, dei parametri di controllo e dei processi produttivi.

**In particolare, l'attenzione è rivolta a:**

- > la validazione scientifica dei parametri qualitativi di riferimento mediante analisi chimiche, microbiologiche e sensoriali,
- > lo studio di approcci tecnologici di produzione, anche in vista di una possibile riduzione di nitriti e nitrati,
- > la caratterizzazione qualitativa della nuova linea "Speck Alto Adige IGP Riserva",
- > nonché analisi su conservabilità, affettatura e confezionamento, tenendo conto degli aspetti di sostenibilità.

Nel 2025 sono stati effettuati i primi campionamenti su larga scala e sono state completate le principali analisi. I risultati finora ottenuti confermano la conformità dei prodotti ai requisiti vigenti e forniscono al contempo preziose indicazioni per future ottimizzazioni.

Con questo orientamento il Consorzio ribadisce la propria ambizione non solo di garantire la qualità, ma anche di svilupparla ulteriormente su base scientifica. Ricerca e innovazione rappresentano così un fondamento essenziale per la competitività a lungo termine e il posizionamento internazionale dello Speck Alto Adige IGP.



## ALTRE ATTIVITÀ

### SPECKPOST

Attraverso quattro edizioni della SpeckPost, pubblicate con cadenza trimestrale nel 2025, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha informato i propri soci e tutte le persone interessate allo Speck Alto Adige IGP in merito a principali novità, attività e appuntamenti.



### PRODOTTI COMPOSTI

Negli ultimi anni, la notorietà e la versatilità dello Speck Alto Adige IGP sono notevolmente aumentate presso le aziende alimentari europee, tanto da farne un ingrediente molto apprezzato nei prodotti composti di rinomate realtà quali Itaipizza, Rana S.p.A. e McDonald's Development. Anche Dr. Schär, nota società altoatesina, ha siglato un contratto con il Consorzio per l'offerta di pasta con Speck Alto Adige IGP e brie. Oggi, sono 16 gli accordi stipulati con imprese europee, che possono impiegare sui loro prodotti la denominazione Speck Alto Adige IGP e il marchio protetto. A causa dell'aumento della domanda e dei relativi costi per le attività di controllo, dalla fine del 2020, il Consorzio riscuote dagli aderenti un contributo spese annuale di 1.000,00 euro.



## SPONSORIZZAZIONI

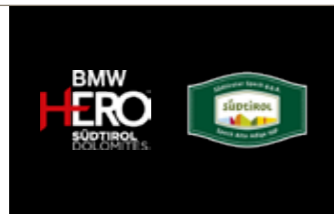
**Scuola dei macellai di Landshut (Germania)**  
Formazione prodotti  
02/2025



**Evento PR Amburgo**  
04/2025



**Hero Dolomites Mountainbike**  
03/2025



**Trail Run Naturno**  
03/2025



**Giornata del Vino a Appiano**  
04/2025



**Giornalisti TV in Alto Adige**  
05/2025



**Festa di Santa Maddalena catering**  
05/2025



**Folio Verlag Germania**  
06/2025



**Evento Consolato Monaco**  
07/2025



**Südtirol kocht**  
07/2025



**Cesto regalo Bergbauernhilfe volontari**  
10/2025



**Incontro annuale Südstern Altoatesini all'estero**  
cesto regalo  
12/2025



## CONSORZIO TUTELA SPECK ALTO ADIGE TRACCIA UN BILANCIO

L'assemblea generale ordinaria del Consorzio Tutela Speck Alto Adige si è svolta sabato, 22 febbraio 2025 presso il NOI Techpark Alto Adige a Bolzano.

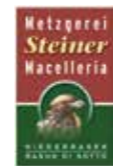
Dopo il saluto del Presidente sono state presentate le relazioni del Consiglio di Amministrazione, della Direzione e degli organi di controllo. Nel corso della seduta sono stati inoltre approvati il bilancio d'esercizio e si è tenuto uno scambio sulle attuali evoluzioni del mercato e sull'orientamento strategico del Consorzio.

Al termine della parte ufficiale dell'assemblea, i soci hanno avuto l'opportunità di visitare gli spazi del NOI Techpark. In tale occasione è stato presentato in particolare il nuo-

vo laboratorio, che in futuro assumerà un ruolo centrale nell'accompagnamento scientifico e nell'ulteriore sviluppo del disciplinare di produzione dello Speck Alto Adige IGP. La visita ha offerto un approfondimento sulle infrastrutture e sulle dotazioni tecnologiche che sosterranno in futuro le attività di garanzia della qualità e di innovazione del settore.

L'assemblea ha ribadito ancora una volta l'orientamento condiviso del Consorzio a puntare con coerenza sulla tutela della qualità, sulla protezione del mercato e su uno sviluppo sostenibile dello Speck Alto Adige IGP.







Consorzio Tutela Speck Alto Adige  
Via Portici 71, 39100 Bolzano  
Tel. +39 0471 300 381  
info@speck.it | www.speck.it