

PROGETTO:

**Sviluppo di un piano di pubblicazione e comunicazione
per la Cipolla Bianca di Margherita IGP**

D.M. MASAF n. 0092956 DEL 26/02/2024 LETTERA A)

RELAZIONE TECNICO AMMINISTRATIVA



RELAZIONE TECNICO AMMINISTRATIVA SULL'ATTIVITA' SVOLTA

Il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare con D.M. n° 0092956 del 26/02/2024 ha approvato il progetto LETTERA A presentato dal nostro Consorzio e concesso un contributo di € 12.027,42 per una spesa autorizzata di € 17.182,03. Obiettivo la realizzazione di iniziative volte a sviluppare azioni di informazioni sulla Cipolla bianca di Margherita IGP per favorirne la conoscenza presso i consumatori.

Il progetto iniziale è stato rimodulato sulla base dell'effettivo finanziamento sulla base delle risorse attribuite e dei tempi di emissione del decreto. Naturalmente il Consorzio ha partecipato con fondi propri agli investimenti nella misura del 30%.

Le spese di partecipazione alla Fruit logistic di Berlino (5 – 7 febbraio 2024) inserite inizialmente nella richiesta di contributo, non potevano più rientrare tra le attività da finanziare poiché il D.M. è stato emesso dopo lo svolgimento della Fruit di Berlino. Su indicazione del consiglio di amministrazione le spese della Fiera sono state coperte con fondi propri del Consorzio. Ciò ha consentito una maggiore elasticità nell'utilizzo delle risorse.

Gli aspetti relativi alla comunicazione hanno rispettato le proposte progettuali.

A) Creazione di materiale informativo-divulgativo di base. Depliant, roll up, manifesti, filmato, ricettario utilizzati in diverse parti d'Italia in occasione di partecipazione ad eventi organizzati dal ns. Consorzio. Per la fornitura abbiamo fatto riferimento ad una tipografia locale, la Area grafica di Pietro Russo, scelta dopo una breve indagine alla ricerca del miglior equilibrio tra qualità e costo.

Il costo complessivo del materiale su esposto è stato di euro 2.350,00 + IVA

B) Realizzazione e gestione strumenti e attività multimediali (facebook, instagram, sito internet, campagna redazionale o pubblicitaria, attività di contatto con le testate giornalistiche). In questo caso importante è stato aver affidato l'attività ad una giornalista professionista la dott.ssa Alessandra Ricco che ha garantito, con il suo lavoro, la nostra presenza su numerosi mezzi di comunicazione locali, regionali e nazionali per raggiungere il massimo con la presenza sulla RAI nella trasmissione CAMPER della nostra cipolla IGP. In allegato presentiamo il report sulle testate giornalistiche che hanno seguito i nostri eventi, sui contatti sui social a dimostrazione dell'efficacia delle azioni promosse.

Il costo complessivo dell'attività della responsabile della comunicazione è stato di € 3.852,16.

C) Pubblicazione a pagamento su giornali e riviste specializzate, cartacee e on line e presenza a trasmissioni televisive. La comunicazione a pagamento è stata utilizzata per rafforzare la promozione realizzata attraverso gli eventi, ad esempio le attività realizzate in Veneto sono state accompagnate da banner con finestra doppia sul gazzettino di Padova dal 7 al 9 maggio 2024 nelle pagine di tre province venete; e ancora sul "Nuovo Quotidiano di puglia in occasione di manifestazioni locali. Pubblicazione su "Fresh plaza quotidiano on line delle iniziative realizzate e sulla partecipazione alla "Fruit Logistic" di Berlino. Con una televisione locale, ANTENNA

SUD, è stato stipulato un contratto per promuovere l'evento legato al territorio "Il lungomare delle eccellenze. Costo complessivo degli interventi pubblicitari € 3.055,00 + IVA

ATTIVITA' DIMOSTRATIVE Promozione dell'innovazione

1) Abbiamo scelto di realizzare l'attività di informazione e contestualmente di promozione all'interno di centri commerciali, dove per definizione si trovano i consumatori. A loro ci siamo rivolti attraverso due vie. La prima con l'informazione sulle caratteristiche della Cipolla Bianca di Margherita IGP soffermandoci sugli aspetti innovativi della coltivazione. Le tecniche di produzione della Cipolla bianca IGP sono per la maggior parte simili a quelle di due secoli fa, ed è un elemento fortemente caratterizzante del prodotto. Allo stesso tempo si avverte la necessità di innovare attraverso la meccanizzazione di alcune fasi della produzione per rendere meno faticosa l'attività e ridurre gli alti costi di produzione. Lo stesso nel campo della sostenibilità ambientale sono state presentate le ricerche realizzate con l'Università di Foggia del Dipartimento di Agroalimentare con l'adozione di strumenti e mezzi di difesa della pianta sempre meno invasivi.

La seconda via di accesso all'attenzione dei consumatori è stata quella del palato. È quella una via del successo garantito. Come già anticipato l'iniziativa che si è protratta per due giorni è stata accompagnata attraverso la pubblicità sui quotidiani citati.

La parte organizzativa è stata affidata ad una società di servizi, mentre la parte relativa alla ideazione e produzione di materiale informativo, insieme alla presenza di esperti qualificati è stata gestita dal Consorzio. Entrambe le iniziative si sono tenute a Vicenza.

Il costo dell'attività è stato pari a € 3.000,00 + IVA

L'altra attività dimostrativa l'abbiamo denominata "Lungomare delle eccellenze" poiché le iniziative si sono svolte in massima parte sul bel lungomare affollato di turisti. Di seguito l'articolazione dell'iniziativa:

- a) Contest tra giovani cuochi pugliesi".
- b) Passeggiata mattutina in collaborazione con le associazioni sportive ed in compagnia degli chef, per conoscere l'area di produzione della cipolla. Grazie alla disponibilità di un produttore che ha messo a disposizione un'area del suo terreno, gli chef hanno illustrati le molteplicità d'uso della cipolla bianca di Margherita in cucina, mentre un esperto chiamato dal Consorzio ha trattato gli aspetti storici, procedurali per l'ottenimento del marchio IGP. Infine è stato messo in scena, da un gruppo di attori, un racconto sul mondo contadino degli anni '50 e sulla produzione della cipolla in quegli anni.
- c) Incontro presso un locale tipico del paese che ha continuato la narrazione con chef ed esperti sulla cipolla accompagnati da brani musicali.
- d) Gara di cucina tra giovani cuochi con la presentazione di piatti con ricette che riguardavano tutte le modalità dei pasti: antipasti, primi, secondi ecc.

Il costo complessivo di queste iniziative è stato di € 5.243,64. Tutti i pagamenti sono stati effettuati tramite bonifico in ottemperanza a quanto previsto dal decreto di concessione del contributo. Solo in un caso per importo inferiore a 500 euro il pagamento è avvenuto in contanti.

RIEPILOGO DEI COSTI SOSTENUTI:

Capitolo	tipologia iniziativa	descrizione attività	A. SPESA AMMESSA (IVA ESCLUSA)	B. COSTI SOSTENUTI (IVA ESCLUSA)
A3.	Attività dimostrative. Azioni di informazione e promozione dell'innovazione	Organizzazione conferenza, distribuzione materiale informativo, trasporto materie prime, degustazione, presso centro commerciale Vicenza	2.900,00	3.000,00
A3.	Attività dimostrative. Azioni di informazione e promozione dell'innovazione	Sala convegni, rimborso spese trasporto, collaborazioni, nolo attrezzature cucina, materie prime per contest cuochi pugliesi. Sopralluogo nelle aree di produzione	5.192,03	5.243,64
A 2	Sviluppo di un piano di pubblicazione e comunicazione	Campagna redazionale o pubblicitaria Pubblicazioni su quotidiani cartacei, on line e TV)	3.050,00	3.055,00
A 2	Sviluppo di un piano di pubblicazione e comunicazione	Realizzazione e gestione strumenti multimediali (facebook, instagram, con l'ufficio stampa del Consorzio)	3.700,00	3.852,16
A 2	Sviluppo di un piano di pubblicazione e comunicazione	Creazione di materiale informativo-divulgativo (Depliant, Roll up, manifesti, filmato, ricettario)	2.340,00	2.350,00
TOTALI			17.182,03	17.500,80

La misurazione del riscontro delle azioni messe in campo è stato misurato con le seguenti modalità:

- 1) Numero giornali e televisioni che hanno seguito le manifestazioni (RAI 1 con il programma Transfer, Antenna sud, TeLENORBA, AMICA TV, Repubblica, Gazzetta del Mezzogiorno, Fresh Plaza, Gazzettino di Padova ecc. con contatti che superano le 100.000 unità.
- 2) Numero contatti e follower sui social. Sono cresciuti circa del 30% rispetto al precedente anno.
- 3) Partecipanti alle iniziative del "Lungomare dell'eccellenze" (1.400 persone circa tra il contest e le iniziative di supporto)
- 4) Più di 800 persone hanno partecipato alla promozione presso i centri commerciali (acquistando le cipolle, degustato i piatti pronti a base di cipolle, presenze alla conferenza.

Il presidente del Consorzio

Giuseppe Castiglione

CONSORZIO CIPOLLE BIANCHE DI MARGHERITA IGP
 Via S. Margherita, 4
 76016 Margherita di Stabia (BT) - ITALY
 Tel./fax 0883 657784 - Cell. 0039 339 4406863
 email: info@consorzio Cipollabiancamargheritaigp.it
 pec: consorzioCipollamargherita@pec.it
 P. IVA 07639380727