



REGIONE LOMBARDIA – D.G. AGRICOLTURA, ALIMENTAZIONE E SISTEMI VERDI

Fonte del sostegno: PSR 2014-2020 – OPERAZIONE 3.2.01 “INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI DI QUALITÀ”

Vantaggio economico ricevuto: € 109. 259,80 a fronte di una spesa ammessa di € 217.292.

Il progetto presentato dal Consorzio Cacciatore Italiano è stato ammesso a contributo con decreto n. 5099 del 13 aprile 2022.

Le attività che si intendono realizzare sono:

A.3 – Attività di informazione: realizzazione di materiale informativo (spot radiofonico)

Il Consorzio realizzerà, in collaborazione con la casa di produzione della concessionaria Manzoni mediante la quale verranno acquistati spazi pubblicitari - uno spot di 30 secondi che è la durata considerata ideale, per far sì che l'attenzione dell'ascoltatore rimanga alta. Si procederà quindi con le fasi di scrittura testi, scelta speaker, incisione, editing, scelta base musicale e montaggio.

Obiettivi

- On air per 4 settimane.
- Sono previsti 25 passaggi al giorno, per un totale di 175 passaggi a settimana, per un totale di 700 passaggi durante l'intera campagna radiofonica.

B.2 – Attività di promozione: realizzazione di gadget promozionali

Il Consorzio Cacciatore Italiano ha intenzione di realizzare tovaglette da tavola di polipropilene personalizzate con stampe a colori. Un gadget utile e pratico, da utilizzare per esempio in pausa pranzo in ufficio o a casa durante lo smart working o comunque in momenti in cui l'utilizzatore è propenso verso il cibo. In particolare, essendo consegnate in occasioni ed eventi legati al *food*, le tovaglette personalizzate saranno distribuite a ospiti, influencer e giornalisti che parteciperanno ad eventi e attività promozionali realizzati dal Consorzio assieme a tutte le informazioni che possano essere di interesse e utilità.

Obiettivi

Per quanto riguarda la misurazione dei risultati, auspicando un considerevole rallentamento delle misure restrittive legate alla pandemia in atto e che permetteranno una ripresa delle attività in presenza durante le quali è possibile e opportuno distribuire gadget, l'efficacia di questi strumenti di comunicazione sarà valutata sulla base dei seguenti parametri:

- Numerica di giornalisti cui verranno distribuiti in occasione di eventi e/o iniziative: 100;
- Numero di consumatori cui verranno distribuiti in occasione di eventi e/o iniziative: 200;
- Eventi o iniziative in cui saranno visibili come materiali di allestimento e distribuiti ai presenti in occasione di eventi e/o iniziative realizzate nel periodo di realizzazione delle attività (entro 31/12/2022) di carattere mediatico: 2

D.1 – Attività di promozione a carattere pubblicitario: Acquisto spazi pubblicitari su radio

Si intende acquistare spazi pubblicitari su radio per un on air complessivo di 4 settimane, da pianificare tra settembre e ottobre 2022. Le emittenti radio che trasmetteranno lo spot

realizzato sui Salamini Italiani alla Cacciatora DOP sono Radio DeeJay, Radio Capitale e il circuito CNR (un circuito composto da 41 emittenti locali in tutta Italia, per una presenza sul territorio nazionale significativa, efficace e profondamente radicata.

Obiettivi:

- Frequenza media (OTS): indica il numero medio di volte che un individuo è esposto alla campagna; è dato dal rapporto tra contatti lordi e netti. 12 comunicati al giorno sono considerati una frequenza alta; la campagna proposta ne prevede 25/die; la frequenza media è 13,4
- Copertura: indica la quota percentuale di target group raggiunto dal mezzo. Il target del Consorzio considerato per questo genera di attività è RA 30-64, pari a circa 22.634.000 ascoltatori radiofonici. La copertura del piano è del 55,1%, pari quindi a 12.448.700 ascoltatori raggiunti;
- Affinità: è 130. Indica la quota (in percentuale) di lettori o ascoltatori appartenenti al target rispetto al totale lettori o ascoltatori di quel veicolo. Si calcola come rapporto tra l'audience totale del veicolo e la sua audience utile (numero di persone appartenenti contemporaneamente al target group e all'audience del veicolo esaminato). 130 significa che l'incidenza del target tra gli utilizzatori di un mezzo supera del 30% quello medio.
- GRP (Gross Rating Point): si stima verranno sviluppati 741,11 GRP.



PSR
L'INNOVAZIONE
METTERE RADICI
2014 2020



**Regione
Lombardia**

Programma di Sviluppo Rurale 2014 - 2020

SITO WEB DELLA COMMISSIONE EUROPEA DEDICATO AL FEASR:

<https://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020>