

“ATTIVITA’ DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE DA GRUPPI DI PRODUTTORI SUI MERCATI INTERNI”

BENEFICIARIO DEL SOSTEGNO CONSORZIO DI TUTELA DELLA CILIEGIA DI VIGNOLA IGP

AUTORITA’ DI GESTIONE: REGIONE EMILIA-ROMAGNA, DIREZIONE GENERALE AGRICOLTURA, CACCIA  
E PESCA

IMPORTO DEL SOSTEGNO:

SPESA AMMESSA EURO 159.600,00 CONTRIBUTO AL 70% EURO 111.720,00

Descrizione e Finalità dell’intervento

I prodotti a marchio I.G.P. (Indicazione Geografica Tipica) sono prodotti agricoli alimentari la cui caratteristica principale deriva dalla zona geografica di produzione e dai processi di lavorazione di quel territorio, portati avanti dalla tradizione. Il maggior valore insito nel marchio I.G.P. è la qualità finale del prodotto, l’esclusività e la peculiarità. Il progetto ha come finalità primaria l’aumento della conoscenza principalmente da parte dei consumatori delle ciliegie di Vignola IGP, così da influenzare l’acquisto dei prodotti di qualità attraverso un’adeguata informazione. La campagna commerciale delle ciliegie non si può paragonare a quella di altri prodotti ortofrutticoli; la ciliegia è una primizia e come tale il suo acquisto è dettato dall’impulso, dal desiderio che si instaura nel consumatore, a maggior ragione considerando il breve lasso di tempo che ne vede la commercializzazione (circa 50-60 giorni). Risulta quindi di fondamentale importanza una promozione mirata, che invogli il consumatore ad acquistare il prodotto attraverso un’informazione puntuale ed accattivante sulle caratteristiche peculiari del prodotto, la tracciabilità, la salubrità e l’attenzione verso un’agricoltura sostenibile e a Km 0.

Risultati attesi

Le attività saranno rivolte a:

- affermare sempre più un marchio che ci permette di identificare le nostre ciliegie da quelle di altra provenienza che sempre più si affacciano sui mercati creando difficoltà, principalmente perché anche i concorrenti stanno aumentando la qualità e, avendo differenti condizioni aziendali e costi del lavoro inferiori, possono permettersi di offrire il prodotto a prezzi concorrenziali; ecco che il marchio Ciliegia di Vignola IGP diventa fondamentale per l’affermazione dell’immagine e della reputazione del prodotto agli occhi dei consumatori, è attraverso il marchio che si instaura un rapporto di fiducia con i clienti che sono disposti a pagare un prezzo più alto per un prodotto che mantiene le aspettative di alta qualità costantemente nel tempo;
- rafforzare la presenza del marchio Ciliegia di Vignola IGP sul mercato nazionale per aumentare la consapevolezza dei consumatori ed incentivarne le vendite.

Il target a cui vogliamo rivolgerci con questo progetto sono gli operatori (Trade, buyer e commerciali), gli opinion leader e il consumatore finale.

Attività

L’attività verrà sviluppata come segue:

- realizzazione materiale informativo e promozionale

- acquisti di spazi pubblicitari e publi-redazionali (stampa di settore e non), affissioni in forma fissa e dinamica
- realizzazione di seminari informativi con attività di degustazione guidata rivolta ad un pubblico di consumatori: roadshow principalmente nella città di Milano presso punti della Grande Distribuzione e presso aree di servizio lungo l'Autostrada A1