

Aggiornamento del piano di fattibilità “Terra dei fuochi” Revisione dell’allocazione dei fondi

Indice

Finalità e struttura del documento	3
1. Revisione delle attività previste per la misura A3	6
2. Esiti del lancio del logotipo Campania SiCura®.....	7
3. Potenziamento delle attività di certificazione (B.1)	8
4. Piano di attività della Regione Campania per Expo	9
5. Il modello organizzativo per Expo.....	13
6. Strategia di comunicazione Campania Sicura®.....	14

Finalità e struttura del documento

Nel corso delle attività svolte a seguito dell'avvio delle attività previste nel Piano di fattibilità "Terra dei fuochi" (Piano) si sono verificate una serie di circostanze quali:

A.3 Approvazione del brand "Campania Sicura®" con Delibera di Giunta 392 del 9/09/2014 ha approvato, ad uso esclusivo della stessa, il logotipo Campania Sicura, ed ha dato autorizzazione alla società in house Sviluppo Campania, all'utilizzo del logotipo limitatamente alla realizzazione del progetto Terra dei fuochi. Sviluppo Campania ha provveduto in data 19/09/2014 alla registrazione del marchio collettivo Campania Sicura.

A.2/4 Acquisizione dei risultati dell'evento di lancio del logotipo "Campania Sicura®".

B.1 Esiti dell'avvio delle attività relativa al QRCode.

B.2 Approvazione da parte della Giunta della Regione Campania della Delibera 53/2015 per Expo 2015 (Evento, Esposizione).

Tali circostanze hanno reso necessaria una revisione del Piano di fattibilità "Terra dei fuochi" predisposto da Sviluppo Campania in coerenza con la DGRC 497/2014 ed approvato con D.D. della DG Sviluppo Economico n.437/20/06/2014 (Piano).

Il presente documento costituisce pertanto un aggiornamento del Piano che prevede la variazione esclusivamente di alcune misure, evidenziate nella seguente tabella 1.

	Misura	Budget originario	Misura oggetto di variazione
A.1	Misura per la realizzazione di prodotti editoriali	4.000	NO
A.2	Misura per la produzione di contenuti	2.000	NO
▶ A.2	Misura per l'acquisizione di spazi sui media locali, nazionali e internazionali	10.000	SI
▶ A.3	Concorso di idee per progetti di marketing e comunicazione	2.000	SI
▶ A.4	Misura per la promozione del logotipo Campania Sicura	5.000	SI
▶ B.1 .1	Misure per Investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Aziende agricole)	6.000	SI
▶ B.1 .2	Misure per Investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Aziende agroalimentari)	11.800	SI
▶ B.1 .3	Misure per Investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Portale Campania Sicura)	200	SI
B.2.1	Misure per programmi di marketing e distribuzione (Attività di marketing)	10.000	NO
▶ B.2.2	Misure per programmi di marketing e distribuzione (Expo 2015)	4.000	SI
▶	Misure oggetto di variazione		

Tabella 1 – Evidenziazione delle misure oggetto variazione -

Per quanto riguarda le misure oggetto di variazione, è stato predisposto un quadro sinottico degli importi e delle motivazioni alla base dell'aggiornamento (Tabella 2), analiticamente descritti nelle pagine seguenti, anticipando che rispetto al Piano è stata inserita una nuova misura (B.3) riferita alle iniziative a valere su Expo, in coerenza con quanto previsto dalla misura B.2.

Quadro sinottico delle variazioni		Budget originario	Proposta di riallocazione	Misura di destinazione	Dotazione aggiornata	Motivazione
	Misura					
A.2	Misura per l'acquisizione di spazi sui media locali, nazionali e internazionali	10.000	- 5.000	A.4	5.000	Destinazione di una parte della dotazione iniziale ad iniziative di event marketing che hanno dimostrato una significativa efficacia ed un costo contatto competitivo e rigorosamente riscontrabile.
A.3	Concorso di idee per progetti di marketing e comunicazione	2.000	- 2.000	B.3	-	Destinazione di maggiori fondi ad iniziative previste a favore di Expo da estendere ad aziende campane operanti anche in settori diversi dall'agricolo e l'agroalimentare.
A.4	Misura per la promozione del logotipo Campania Sicura	5.000	5.000		10.000	In aggiunta alle indicazioni precedenti, si prevedono interventi mirati ad accrescere la visibilità del logotipo con format strutturati ed iniziative dedicate di grande impatto.
B.1.1	Misure per investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Aziende agricole)	6.000	- 400	B1.3	5.600	Valutazione contributi anche per altre modalità di certificazione, allocazione di una maggiore quota di 800 Keuro, da impiegare nella creazione di un marketplace finalizzato ad accrescere la capacità di diffusione e penetrazione dei prodotti che abbiano beneficiato delle verifiche e dei controlli previste dalla medesima misura
B.1.2	Misure per investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Aziende agroalimentari)	11.800	- 400	B1.3	11.400	
B.1.3	Misure per investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Portale Campania Sicura)	200	800		1.000	
B.2.2	Misure per programmi di marketing e distribuzione (Expo 2015)	4.000			4.000	Adozione delle linee guida allegate alla DGRC 53/2015 ed altre iniziative a valere su Expo 2015 rivolte anche ad altri operatori economici regionali.
B.3	Misure per iniziative legate ad Expo 2015 per settori e paesi target riportati nella DGRC 53/2015		2.000		2.000	

Tabella 2 – Rimodulazione degli importi previsti per le misure A.1, A.2, A.3, B.1, B.2 -

Il documento si articola, pertanto, nei seguenti paragrafi:

1. Revisione delle attività previste per la misura A.3, creazione della misura B.3;
2. Esiti del lancio del logotipo Campania SiCura®;
3. Potenziamento delle attività di certificazione (B.1);
4. Piano di attività della Regione Campania per Expo (B.2);
5. Il modello organizzativo per Expo;
6. Strategia di diffusione del marchio Campania SiCura®.

1. Revisione delle attività previste per la misura A3

La strategia originaria prevedeva alla Misura A.3 *“Concorso di idee per progetti di marketing e comunicazione dedicati alle filiere di eccellenza del comparto agroalimentare, quali derivati del latte, pasta, olio, vino, pomodoro e altri prodotti locali con forte presenza sui mercati nazionali e internazionali. I progetti dovranno avere rilevanza su scala locale, nazionale e internazionale. I progetti di marketing e comunicazione potranno interessare i seguenti ambiti: • Ideazione di logo e pay-off per le produzioni di qualità certificata • Progetti di regional brand identity • Piani di marketing per comparto e per singola filiera • Soluzioni per la valorizzazione delle tipicità e delle eccellenze dei territori e delle produzioni • Piattaforme per la promozione e commercializzazione delle produzioni e del marchio “Campania sicura”. Progetti per la tracciabilità dei prodotti e la certificazione di qualità.”*

In seguito all'avvio delle attività esecutive si è preso atto di alcune circostanze, quali:

- L'approvazione del brand “Campania SiCura®” avvenuta con Delibera di Giunta 392 del 9/09/2014 ha approvato, ad uso esclusivo della stessa, il logotipo Campania Sicura, ed ha dato autorizzazione alla società in house Sviluppo Campania, all'utilizzo del logotipo limitatamente alla realizzazione del progetto Terra dei fuochi approvato con D.D. della DG Sviluppo Economico n.437 del 20/06/2014. Sviluppo Campania ha provveduto in data 19/09/2014 alla registrazione del marchio collettivo Campania Sicura;
- La definizione di una strategia di posizionamento e diffusione del marchio Campania SiCura®, così come è stata descritta nel Paragrafo 6;
- La crescente richiesta di attività di supporto a valere sulle iniziative di Expo proveniente dal mondo imprenditoriale tutto, non solo quello legato al settore agroalimentare ma anche da settori trainanti dell'economia campana che ben potrebbero contribuire a porre in essere azioni anticicliche alla base della strategia complessiva del PAC III.

Ciò considerato, si propone di riallocare l'importo di 2 milioni, inizialmente destinato alla misura A.3 ad una misura di nuova definizione (B.3) dedicata a potenziare le iniziative della Regione Campania ad Expo finanziando, in continuità con la misura B.2, altri interventi finalizzati a favorire la visibilità di esempi e modelli virtuosi dell'economia campana intercettando le iniziative promosse nel corso dell'Esposizione universale che si terrà dal 1° maggio al 31 ottobre 2015.

	Misura	Budget originario	Proposta di riallocazione	Misura di destinazione	Dotazione aggiornata	Motivazione
A.3	Concorso di idee per progetti di marketing e comunicazione	2.000	- 2.000	B.3	-	Destinazione di maggiori fondi ad iniziative previste a favore di Expo da estendere ad aziende campane operanti anche in settori diversi dall'agricolo e l'agroalimentare.
B.3	Misure per iniziative legate ad Expo 2015 per settori e paesi target riportati nella DGRC 53/2015		2.000		2.000	

Tabella 3 – Rimodulazione misure A.3 e creazione nuova misura B.3

2. Esiti del lancio del logotipo Campania SiCura®

Il 31 dicembre 2014 è stato dato il via alla campagna di diffusione del logotipo Campania SiCura®, che ha generato i seguenti risultati

Evento/Canale	Contatti*
Capodanno	25.600
Spot canali Mediaset	7.994
RTL tv/radio	400
Totale contatti	33.994

* Valori espressi in .000

Tabella 4 – Risultati evento del 31/12/2014

Gli esiti dell'evento, impostato in coerenza con quanto meglio illustrato nel Paragrafo 6 dedicato alla strategia di diffusione del marchio, hanno dimostrato la correttezza dell'impostazione metodologica ispirata alla *advocacy advertising*, la validità dell'adozione di un *testimonial* e l'efficacia dell'*event marketing* come strumento di diffusione.

Tali risultati hanno consentito di meglio definire l'identità del marchio Campania SiCura® ed il *background* ad esso riferito e di individuare nell'abbinamento ad un format dedicato un canale di sicura efficacia, in coerenza con le principali campagne di *advocacy advertising* analizzate.

Alla luce dei risultati suindicati, si ritiene opportuno allocare un maggior importo alla misura A.4 dedicata alla promozione del logotipo impiegando parte della dotazione prevista per la misura A.2.

	Misura	Budget originario	Proposta di riallocazione	Misura di destinazione	Dotazione aggiornata	Motivazione
A.2	Misura per l'acquisizione di spazi sui media locali, nazionali e internazionali	10.000	- 5.000	A.4	5.000	Destinazione di una parte della dotazione iniziale ad iniziative di event marketing che hanno dimostrato una significativa efficacia ed un costo contatto competitivo e rigorosamente riscontrabile.
A.4	Misura per la promozione del logotipo Campania Sicura	5.000	5.000		10.000	In aggiunta alle indicazioni precedenti, si prevedono interventi mirati ad accrescere la visibilità del logotipo con format strutturati ed iniziative dedicate di grande impatto.

Tabella 5 – variazione misure A.2, A.4 -

3. Potenziamento delle attività di certificazione (B.1)

La definizione della convenzione con l'Istituto Zooprofilattico e l'imminente avvio delle attività previste dalla Misura B.1 hanno consentito di riscontrare l'assoluta efficacia della proposta ed i vantaggi derivanti dall'applicazione di un QRCode ai prodotti sottoposti ad analisi.

Quanto emerso in sede di attuazione esecutiva della misura ha fatto emergere la possibilità di dare ulteriore visibilità e capacità di penetrazione ai produttori che aderiranno al modello di certificazione, si rende possibile infatti creare un Marketplace Campania SiCura®, sia orizzontale che verticale, nel quale favorire inizialmente la promozione dei prodotti certificati con il sistema QRCode ed in seguito ogni altro prodotto agricolo ed agroalimentare compatibile ed adeguatamente certificato.

I *marketplace* sono modelli B2B sviluppati inizialmente per uno specifico settore merceologico, finalizzati a facilitare il reperimento di prodotti e la commercializzazione on line. La caratteristica principale dei marketplace è la capacità di coinvolgere i fruitori e stimolare flussi informativi altamente partecipativi, accrescendo al tempo stesso la trasparenza di mercato e la visibilità per tutte le produzioni regionali. Lo sforzo compiuto dall'amministrazione regionale nella creazione di un percorso inedito e tracciato di qualificazione delle produzioni, si ritiene possa trovare nella progettazione di un *marketplace* dedicato un *mix* di sinergie tangibili ed intangibili il cui output è la realizzazione di una piattaforma che oltre a fissare un passo avanti in termini reputazionali e competitivi costituisce un *delivery* tangibile, la cui governance e gestione, una volta a regime potranno essere potenzialmente affidate ai beneficiari finali.

La creazione del *marketplace* verrebbe infatti assistita da un servizio di start-up di almeno dodici mesi successivi al rilascio in modo da verificarne la risposta in termini commerciali ed applicare tutti i necessari interventi di *fine tuning*.

Al fine di allargare la platea dei potenziali prodotti e produttori da includere nel processo di qualificazione e diffusione, si ritiene utile valutare anche altre forme di certificazione, oltre a quelle previste dal modello QRCode che presentino standard di affidabilità analoghi.

Le variazioni in termini di assegnazione dei fondi che riguardano la misura B.1 consistono nell'aumento della dotazione prevista per il portale Campania SiCura® dai 200 mila euro iniziali ad 1 milione di euro, impiegando una parte dei fondi destinati alla certificazione dei prodotti agricoli ed agroalimentari.

	Misura	Budget originario	Proposta di riallocazione	Misura di destinazione	Dotazione aggiornata	Motivazione
B.1.1	Misure per Investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Aziende agricole)	6.000	- 400	B1.3	5.600	Valutazione contributi anche per altre modalità di certificazione, allocazione di una maggiore quota di 800 Keuro, da impiegare nella creazione di un marketplace finalizzato ad accrescere la capacità di diffusione e penetrazione dei prodotti che abbiano beneficiato delle verifiche e dei controlli previste dalla medesima misura
B.1.2	Misure per Investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Aziende agroalimentari)	11.800	- 400	B1.3	11.400	
B.1.3	Misure per Investimenti in sistemi e strumenti per la certificazione della qualità e la tracciabilità dei prodotti (Portale Campania Sicura)	200	800		1.000	

Tabella 6 – Revisione dell'allocazione all'interno della misura B.1 -

4. Piano di attività della Regione Campania per Expo

La Regione Campania, attesa la partecipazione prevista ad Expo 2015 di oltre 20 milioni di visitatori provenienti da 145 Paesi, ha istituito un Gruppo di Lavoro da affiancare alla Cabina di Regia di cui al D.P.G.R. n° 132/2014.

La Cabina di Regia, nella seduta del 13.02.2015, ha approvato il Progetto Campania ad Expo articolato su nove azioni (Progetto) che prevede il coinvolgimento di una molteplicità di attori ed assicurano un'ampia e qualificata presenza del sistema imprenditoriale regionale.

Tali azioni, sebbene incentrate prioritariamente sul tema della Dieta Mediterranea, consentono di promuovere l'immagine della Campania e sviluppare nuove forme di attrazione di investimenti, di cooperazione territoriale, finalizzate anche ad attivare scambi culturali e di capitale umano.

Il Progetto, approvato con DGRC n° 53/2015, crea quindi le condizioni per porre in essere numerose e diversificate attività di supporto al Piano di fattibilità *"Terra dei Fuochi"* PAC III DGR 497/2013 approvato con D.D. n° 437 del 20.06.2014 dal Direttore Generale per lo Sviluppo Economico ed accresce l'efficacia della strategia complessiva

così come è stata delineata nel richiamato Piano, rispondendo anche alla crescente richiesta di attività di supporto proveniente dal mondo imprenditoriale tutto, non solo quello legato al settore agroalimentare, in particolare da settori trainanti dell'economia campana che contribuiscono a porre in essere quelle azioni anticicliche, alla base della strategia complessiva del PAC III.

Considerato che l'azione 1 del Progetto Campania ad Expo 2015 (allegato 1 alla DGRC 53/2015), promuove il territorio regionale mediante:

- **Il mondo agricolo**, con la grande offerta di produzioni regionali, favorita dalla varietà di microclimi e di territori che caratterizzano la Campania. Verrà evidenziata la gamma di produzioni certificate e a denominazione di origine, raccontando il patrimonio di tradizioni e saperi insito in ciascun prodotto agricolo campano. Verrà inoltre focalizzata l'attenzione sulle realtà più innovative e sulle misure messe in campo per garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti;
- **Il mondo industriale**, con particolare riferimento all'agroindustria ed un *focus* specifico per ogni settore *target* della Campania (*automotive, aerospace, nautica, logistica, moda, biotech, ICT*). Anche in questo caso, l'attenzione verrà focalizzata sulle caratteristiche e le potenzialità delle realtà più innovative;
- **Il mondo dell'innovazione**, con particolare riferimento alle *start-up* più innovative ed un *focus* specifico sulle iniziative, inerenti al comparto agroalimentare, che vedono un connubio tra tecnologia ed innovazione da un lato e tradizione dall'altro;
- **Il mondo culturale e turistico**, con la presentazione dell'enorme patrimonio artistico e culturale della Campania, ma anche dei suoi itinerari turistici, legati al mare ed alle isole, all'agriturismo e all'enogastronomia, alle terme ed al benessere, al culto.

Si propone di ampliare la dotazione finanziaria inizialmente stabilita in 4 milioni -misura B.2- al fine di favorire la visibilità di esempi virtuosi dell'economia e cultura campana intercettando le iniziative collegate ad Expo, Padiglione Italia ed altri eventi di portata internazionale, anche al fine di sperimentare e consolidare, partendo proprio dai paesi target individuati, d'accordo con il partenariato, una buona prassi nell'ambito della

definizione dei rapporti con operatori internazionali e capitalizzare l'esperienza offerta dall'esposizione universale per il lungo periodo¹.

Fermo restando la portata di Expo e l'opportunità di divulgare asset materiali ed immateriali dell'economia campana, per le iniziative di Padiglione Italia ed i numerosi eventi previsti nel semestre, la Regione Campania ha scelto come tema portante la Dieta mediterranea, individuando in particolare sette linee di prodotti creando un abbinamento solido e dimostrabile con una parte significativa delle filiere agroalimentari campane.

I settori coinvolti costituiscono un efficace propulsore per una campagna di comunicazione strutturata che preveda da un lato la diffusione delle eccellenze campane, dall'altro crei occasioni di visibilità e contenuti specialistici a supporto della campagna di *advocacy advertising* Campania SiCura® chiudendo un ciclo che parte dalla tracciatura e quindi da un inedito sistema in grado di assicurare qualità "controllata" e si completa con la salubrità ed unicità di altre produzioni, altrettanto trainanti dell'economia campana.

Le sette linee di prodotti presenti sono state identificate in:

1. Pasta, pane e pizza;
2. Verdure ed ortaggi, con focus sul pomodoro;
3. Latticini;
4. Vino;
5. Olio;
6. Frutta (fresca e secca);
7. Legumi e proteine (carni bianche, pesce e uova).

Alle sette suindicate linee di prodotti ed alle iniziative eventualmente correlabili si può affidare il posizionamento (e quindi non solo ri-posizionamento) sulla *fascia alta* della domanda di prodotti alimentari, spingendo in modo mirato sulle qualità/proprietà dei prodotti, l'innovazione delle filiere, la capacità di tutta la comunità scientifica campana di essere non solo in linea con i tempi, ma di svolgere un ruolo da protagonista anche nella ricerca scientifica e nella sperimentazione.

¹ Brasile, Cina, Corea del Sud, Emirati Arabi Uniti, Germania, Giappone, Inghilterra, Messico, Polonia, Russia, USA, Vietnam.

L'articolazione delle iniziative promosse dalla Regione Campania in occasione di EXPO 2015 offre molteplici ed irripetibili occasioni per condividere, con una platea ampia e qualificata, i contenuti già previsti nella strategia originaria e da divulgare con diversi media. In particolare, il tema portante la Dieta mediterranea costituisce un comun denominatore implicitamente connotabile con un ampio *range* di produzioni agroalimentari regionali e pertanto si ritiene possa rappresentare un naturale collettore comunicativo intorno al quale costruire una campagna laterale e sinergica alle altre iniziative programmate ed in corso di definizione.

La Dieta Mediterranea da occasione di confronto con il qualificato mondo scientifico campano e di valorizzazione dell'intera filiera agroalimentare regionale può divenire, quindi, un decisivo fattore distintivo non solo delle produzioni agroalimentare locali ma anche di uno stile di vita sano ed equilibrato, portatore di benefici sistemici. Per questo motivo le attività previste dalla Regione Campania per Expo hanno avuto inizio prima dell'inaugurazione fissata per il 1° maggio ed avranno seguito oltre la fine dell'Esposizione proseguendo l'impegno con interventi di *incoming*, internazionalizzazione e attrazione di FDI (*Foreign Direct Investment*).

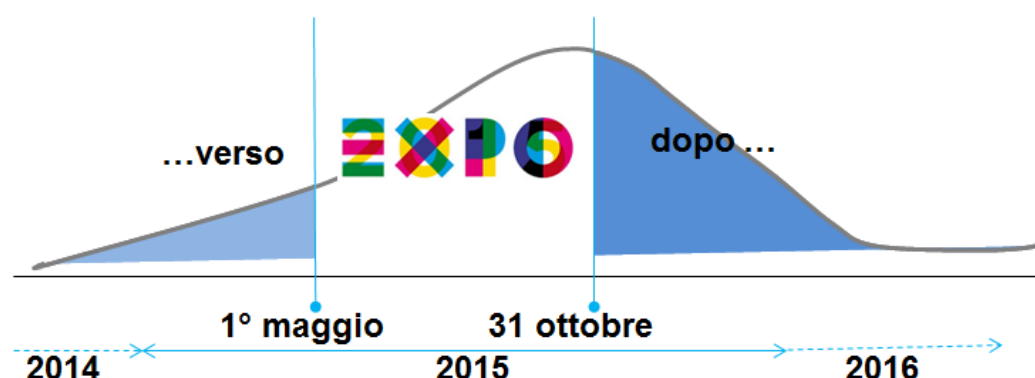


Figura 1 – Articolazione attività in base al ciclo di vita dell'Esposizione-

Il programma proposto dalla Regione Campania rende pertanto opportuna la definizione di una misura dedicata che in continuità con le indicazioni offerte nelle linee guida allegate alla DGRC 53/2015 consenta di cogliere le opportunità di Expo ed estenderle ad altri comparti. In particolare, la riallocazione della dotazione prevista per la misura A.3 in una nuova misura, identificata come B.3 permette di ampliare le attività di comunicazione includendo, a titolo esemplificativo, una campagna di *advertising* articolata con interventi di welcome che prevedano anche la creazione di *helpdesk point* in zone strategiche, azioni di marketing di prossimità per i grandi attrattori

culturali, la produzione di contenuti riguardanti nuove iniziative generate dalle innumerevoli occasioni di incontro e visibilità indotte da Expo.

	Misura	Budget originario	Proposta di riallocazione	Misura di destinazione	Dotazione aggiornata	Motivazione
A.3	Concorso di idee per progetti di marketing e comunicazione	2.000	- 2.000	B.3	-	Destinazione di maggiori fondi ad iniziative previste a favore di Expo da estendere ad aziende campane operanti anche in settori diversi dall'agricolo e l'agroalimentare.
B.2.2	Misure per programmi di marketing e distribuzione (Expo 2015)	4.000			4.000	Adozione delle linee guida allegate alla DGRC 53/2015 ed altre iniziative a valere su Expo 2015 rivolte anche ad altri operatori economici regionali.
B.3	Misure per iniziative legate ad Expo 2015 per settori e paesi target riportati nella DGRC 53/2015		2.000		2.000	

Tabella 7 – Allocazione dei fondi previsti per la misura A.3 alla misura B.3 ed aggiornamento Misura B.2.2-

5. Il modello organizzativo per Expo

Sviluppo Campania, nell'ambito delle attività svolte per Expo, assicura alla Regione Campania un'attività di supporto nella programmazione e nell'attuazione delle iniziative deliberate. In considerazione della numerosità e complessità di talune attività, in coerenza con il know how aziendale e la dotazione strumentale ed al fine di condividere il percorso amministrativo, Sviluppo Campania attuerà gli interventi in coerenza con quanto previsto nel presente aggiornamento e sulla base delle indicazioni fornite dagli uffici competenti. In quanto gestore dei fondi assegnati con la DGRC 497/2013 Sviluppo Campania assicurerà, nell'ambito delle prescrizioni previste per i fondi PAC, il massimo supporto ponendo in essere le attività condivise e di volta in volta programmate.

Per facilitare il processo decisionale ed amministrativo e superare, in via anticipata, i prevedibili vincoli temporali legati alle modalità di esecuzione delle singole attività, Sviluppo Campania propone la creazione di un gruppo di lavoro dedicato al Programma composto da risorse dedicate al supporto alla definizione, attuazione e monitoraggio delle attività affiancate da esperti per la gestione di specifiche tematiche.

La Task sarà diretta da un responsabile al quale verrà affidato anche il ruolo di interfaccia con la Regione e affiancherà il Gruppo di Lavoro a supporto della Cabina di Regia assicurando, con assoluta tempestività, l'attuazione delle attività preventivamente condivise fornendo altresì un supporto trasversale finalizzato ad ottenere un sistematico aggiornamento sullo stato di avanzamento e sui tempi di perfezionamento delle iniziative.

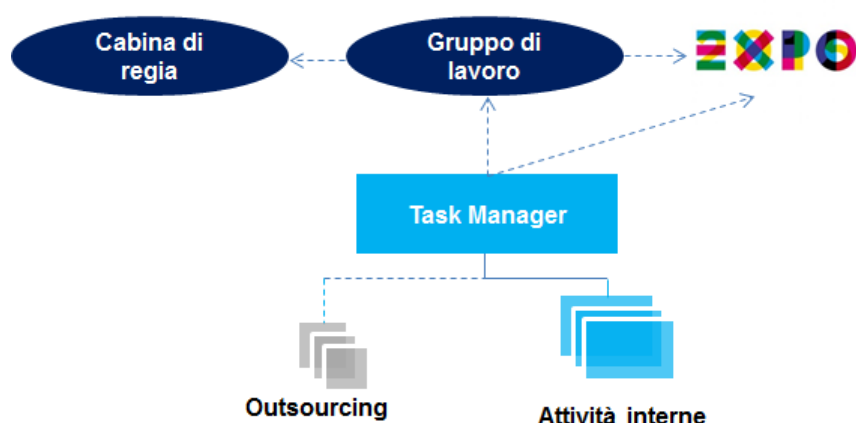


Figura 2 – Modello di supporto di Sviluppo Campania per Expo -

6. Strategia di comunicazione Campania Sicura®

L'attuazione della misura per la promozione del logotipo Campania SiCura® identificata con la A.4, a valle di un approfondimento di natura strategica e metodologica finalizzata a massimizzare l'efficacia degli interventi, si ritiene possa beneficiare di una parte dei fondi previsti per la Misura A.2. Tale valutazione nasce a valle delle seguenti considerazioni:

1. L'operazione può essere inquadrata sotto il profilo metodologico come *advocacy advertising* finalizzata ad intervenire sull'opinione generata dal tema "Terra dei fuochi" e dall'impatto di quella che può essere definita come una delle più incisive campagne di demarketing mai avvenute su un settore produttivo.
2. Con i numeri provvedimenti posti in essere, è possibile attestare la fine di un periodo durante il quale il fenomeno è stato sottovalutato dagli organi competenti.
3. La perimetrazione del problema che essendo di natura antropica e non strutturale dev'essere circoscritto a precisi ambiti territoriali, identificabili, tra l'altro da provvedimenti interdittivi avviati dalle autorità competenti.
4. Gli interventi di comunicazione, nel rispetto della natura dei fondi impiegati, devono prevedere ipotesi che consentano di stimare sia la *redemption* di eventi realizzati ad hoc che il GRP (Gross Rating Point) degli investimenti.

Sotto il profilo strategico, il fenomeno "Terra dei fuochi" non viene quindi sottaciuto, ma si afferma il completamento di un percorso che partendo dalla tracciabilità e la certificazione dei prodotti si completa con l'indicazione della pericolosità effettiva e l'identificazione dei suoli contaminati.