

\ "Regione\" ; Terra dei Fuochi \ "Demarketing\" combattuto anche con fondi allo sport

Comunicato - 19/12/2014 - Napoli - www.cinquerighe.it

Napoli. "La campagna di comunicazione per la tutela dei prodotti, che vede protagoniste le società sportive, pesa 4,5 milioni di euro ed è parte, la meno consistente visti i numeri, di una molto più ampia strategia di contrasto alla crisi economica del valore di 150 milioni di euro e di uno specifico piano di azione per supportare i produttori dei settori agricolo e agro-alimentare della Campania del valore di 65 milioni di euro." Cos'è Sviluppo Campania, società in house della Regione, in una nota. "Il supporto che la Regione Campania ha immaginato di dare ai produttori agricoli e di prodotti agroalimentari del nostro territorio è doverosamente concentrato sugli aspetti essenziali del problema che li ha afflitti: un inesatto e ingeneroso demarketing e che è sotto il nome di "Terra dei Fuochi". Abbiamo previsto - fanno sapere da Sviluppo Campania - 10 milioni di servizi reali di affiancamento alle imprese per l'internazionalizzazione e per investimenti nella promozione dei propri prodotti; 15 milioni di contributi per sviluppare in proprio azioni di certificazione e rilancio commerciale dei propri prodotti; 18 milioni di contributi per analizzare i terreni (in collaborazione con l'istituto zooprofilattico) e per investire in sistemi tecnologici di tracciabilità dei prodotti. Tutto per un totale di interventi a favore delle imprese per 43 milioni." Tutte queste iniziative dovevano essere necessariamente collegate ad un'azione di comunicazione soggetta ad una regia coordinata e che avesse un marchio riconoscibile a cui ricondurre gli interventi a favore delle imprese. Per questo abbiamo registrato il marchio Campania SiCura e previsto un budget importante per la comunicazione, ma ovviamente limitato sul totale degli interventi (22 milioni complessivi sui 150). "L'azione di comunicazione sarà rigorosa ed incisiva e abbiamo scelto, tra le tante iniziative, lo sport professionistico della Campania come veicolo utile per trasmettere l'immagine di una Campania che è "sicura" e "si cura" puntando sullo sport come attività sociale strettamente connessa alla salute. Abbiamo dunque ripartito un budget, che al momento è assolutamente teorico, di 4,5 milioni di euro tra tutte le squadre professionistiche campane che hanno un seguito significativo. Un budget che verrà effettivamente impegnato soltanto quando le società ci offriranno specifici servizi di comunicazione che saranno oggetto di rigorose analisi di congruità e i cui risultati in termini di punti di contatto potranno essere verificato in maniera trasparente. Niente soldi a pioggia ma soltanto una disponibilità ad investire negli strumenti di comunicazione (tv, giornali, impianti) che queste società ci offriranno per il nostro marchio Campania SiCura. Relativamente al riparto delle risorse tra le società siamo stati ancora più attenti e rigorosi. Ci siamo mossi secondo le regole del mercato. Un primario istituto di ricerca, selezionato in base ad una procedura

concorrenziale, ha costruito un indice basato su dati oggettivi e verificabili e composto dal seguito delle squadre negli stadi in base agli spettatori dell'anno 2013, da quello televisivo come registrato dai dati auditel se applicabile, e dal seguito web sui principali social network. Risulta del tutto scontato ed intuitivo che qualunque parametro oggettivo di seguito di pubblico fosse utilizzato per ripartire il budget avrebbe portato il Calcio Napoli, squadra che è addirittura tra le prime al mondo in termini di seguito, ad avere una quota di risorse largamente maggioritaria, se non esclusiva. Per questo abbiamo deciso di attribuire un peso maggiore alla variabile di pubblico negli stadi ed uno inferiore in termini relativi ai dati alla base della quantificazione dei diritti televisivi e di assegnare un budget minimo pari a 15.000 euro a qualunque società; avesse registrato sulla base di queste variabili almeno un indice pari a 0,005. Qualunque riparto che in termini relativi avesse assegnato maggiori risorse teoriche a società; oggettivamente con seguito non lontanamente paragonabile a quello del calcio, ed in particolare del Calcio Napoli, ci avrebbe allontanato dall'approccio rigoroso e attento al valore di quello che acquisteremo e che stiamo perseguendo, e ci avrebbe forse avvicinati di più ad operazioni di contribuzione a pioggia. Raccogliendo con serietà; le legittime domande formulate dal Mattino, ci riteniamo impegnati a continuare a fornire informazioni puntuali sul seguito di questa e altre attività; che proveremo a fare per supportare lo sviluppo economico del nostro territorio; conclude Sviluppo Campania.

A seguire la tabella con il riparto in cui sono previsti 15 mila euro minimi per ciascuna società;:

Comunicato - 19/12/2014 - Napoli - www.cinquerighe.it