

Associazione Culturale QUINTOMIGLIO

S. Donato Milanese

[www.quintomiglio.com](http://www.quintomiglio.com)



**Uno strumento locale di  
sponsoring**

## Quintomiglio

è un progetto culturale, e può diventare un'occasione di comunicazione per aziende ed operatori commerciali con interessi nel territorio Sandonatese.

## Indice

### 1. L'Associazione

- 1.1. Il progetto e gli obiettivi
- 1.2. Chi siamo: i Soci Fondatori
- 1.3. Le attività e il calendario delle manifestazioni

### 2. La sponsorizzazione

- 2.1. Le 6 ragioni per sponsorizzare l'Associazione Culturale Quintomiglio
- 2.2. Target e bacini di fruizione
- 2.3. Strumenti di comunicazione
- 2.4. I ritorni di comunicazione e immagine
- 2.5. Contributi e modalità di sponsorizzazione
- 2.6. Tipologie di aziende sponsor

### 3. Come contattarci

## 1. L'Associazione

### 1.1. Il progetto e gli obiettivi

"Quintomiglio" è un'Associazione nata il **6 maggio 2004**, l'Atto costitutivo e lo Statuto sono stati registrati il 25 maggio 2004.

Il progetto nasce per promuovere e divulgare la cultura del vino e dei prodotti genuini, tra giovani e meno giovani, non come fenomeno di moda, ma come tradizione culturale fortemente italiana.

L'Associazione è partita con le prime attività a settembre 2004 e attualmente conta **undici Soci Fondatori** e quasi **duecento associati** (aprile 2007).

L'Associazione dispone di una sede fissa presso la Casa delle Associazioni in Via Unica Bolgiano 2 a San Donato Milanese, ma utilizza, a seconda delle esigenze, altri spazi messi a disposizione dai privati o dal Comune di San Donato Milanese che patrocina alcuni eventi dell'Associazione.

La divulgazione delle informazioni sulle attività e sui progetti avviene principalmente attraverso il sito web dell'Associazione: [www.quintomiglio.com](http://www.quintomiglio.com)

#### I SOTTO PROGETTI

Nell'intenzione dell'Associazione c'è il desiderio di aumentare sia il numero delle attività, sia gli strumenti e i servizi a disposizione dei Soci.

Tra questi ultimi i più importanti sono i seguenti (da realizzarsi nei prossimi anni):

- creare la **cantina sociale climatizzata** dove poter far riposare i vini dei soci (una specie di *Banca del Vino*).
- dotare l'Associazione di un **circolo per la somministrazione di bevande** (questo permetterebbe anche una certa autonomia finanziaria).
- predisporre la **biblioteca eno-gastronomica** dedicata alle migliori pubblicazioni nell'ambito viti-vinicolo e gastronomico
- sviluppare, con le scuole di S.Donato un'attività di supporto ai programmi scolastici attraverso l'incontro tra Associazione e alunni per divulgare i principi di una corretta alimentazione e dei pericoli di un uso eccessivo delle sostanze alcoliche.
- coinvolgere le attività cittadine e produttive di San Donato (Ristoranti, Alberghi, ecc.) per organizzare iniziative che attraggano l'attenzione dei mass media sulla nostra città.

### 1.2. Chi siamo: i Soci Fondatori

Presidente: **Massimiliano Cochetti**

nato a Milano il 15/03/1972, residente a S.Donato Milanese

*Web product manager in Matrix S.p.A. (Telecom Italia)*

Professionista della comunicazione web, ha partecipato alla progettazione dei portali internet Rosso Alice, Telecom Italia, Virgilio, Presidenza Europea 2003, Pirelli Moto, ecc.

E' Presidente dell'Associazione oltre ad occuparsi personalmente del sito dell'associazione

[www.quintomiglio.com](http://www.quintomiglio.com)

Vice Presidente: **Giovanni Amodio**

nato a Milano il 13/09/1972, residente a S. Donato Milanese

*Controllo di gestione in Fininvest S.p.A.*

Dopo alcuni anni di esperienza nelle maggiori realtà internazionali della revisione contabile e certificazione di bilancio si occupa dell'elaborazione di forecast, budget e piani triennali nonché della redazione del bilancio consolidato del Gruppo Fininvest.

E' Vice-Presidente dell'Associazione ed è responsabile degli aspetti economici e fiscali dell'Associazione.

I Consiglieri:

**Claudia Carbone**, 29 anni, residente a S. Donato Milanese, assistenza clienti Banca Fineco

**Francesco Carrara**, 30 anni, residente a S. Donato Milanese, industrial designer

**Luca Di Cesare**, 32 anni, residente a S. Donato Mil., geofisico

**Lorenzo Catini**, 30 anni, residente a Pesch. Borromeo, libero professionista nel settore multimediale

**Massimo Zanicchi**, 31 anni, residente a Pesch. Borromeo, impiegato comunale

**Pierpaolo Girardi**, 30 anni, residente a S. Donato Mil., ingegnere ambientale

**Rita Angeletti**, 31 anni, residente a Pesch. Borromeo, Marketing specialist

**Susanna Zanvettor**, 27 anni, residente a S. Donato Mil., formatrice

**Valentina Marzani**, 29 anni, residente a S. Donato Mil., artista e insegnante di arte-terapia

### 1.3. Le Attività e le principali manifestazioni realizzate

#### Anno 2004

- 15 eventi, tra cui il I Corso di Degustazione Vino Base

#### Anno 2005

- 36 eventi, tra cui il II, III e IV Corso di degustazione Vino Base, abbiamo ospitato a San Donato diversi produttori, tra cui Sella & Mosca (Sardegna) o Bonotto delle Tezze (Veneto)

#### Anno 2006

- 50 eventi, tra cui il V e VI Corso di degustazione Vino Base, il I Corso Avanzato sulle Regioni Italiane, le escursioni alla scoperta di Valtellina, Colli Tortonesi, e le due Aste di Beneficienza di bottiglie d'annata

#### Inizio 2007

- I Corso di Degustazione Birra, escursione di più giorni in Toscana, Jazz e Vino e Rocca Brivio e tanto altro.

## 2. La sponsorizzazione

### 2.1. Le 6 ragioni per sponsorizzare l'Associazione Culturale Quintomiglio

1ª - Per San Donato la nascita di un'Associazione culturale sul vino è un evento, che colma la richiesta di molte persone sempre più interessate ad una qualità di vita superiore;

2ª - Il vino è il prodotto che più degli altri rappresenta la bellezza del nostro paese. Non ha solo un valore materiale, ma anche sociale e culturale;

3ª - Il gradimento per il vino, inteso come gradimento al "mondo vino" sta passando da fenomeno di moda a fenomeno di massa fortemente accessibile al grande pubblico sia per il quotidiano sia "momenti" di grande coinvolgimento emotivo quali gli eventi annuali (Salone del Vino, Cantine Aperte, degustazione nelle 516 Città del Vino, ecc.);

4ª - Il progetto consente un rapporto diretto sia con il mondo giovanile sia con quello più maturo nell'area sandonatese e non si esaurisce nella sponsorizzazione dell'Associazione, ma si addentra nel "vivo" della vita quotidiana;

5ª - Vi è garanzia di essere seguiti con professionalità da un gruppo di Soci che operano da tempo nel campo della Comunicazione;

6ª - Il progetto di comunicazione ha forti potenzialità di sviluppo e consolidamento in tutta l'area del Sud Milano, anche in collegamento con altre associazioni ed eventi.

### 2.2. Target e bacini di fruizione

I target di riferimento individuati sono:

- i giovani appassionati di vino (uomini e donne, principalmente dai 25 ai 35 anni, neo laureati o con un livello di impiego e di istruzione medio-alto)
- gli esperti di vino più maturi (tendenzialmente uomini, dai 36 ai 65 anni, cultura medio-alta, impiegati/quadri e dirigenti)
- i cittadini sandonatesi (Ab. 33.190 a fine 2000 Fonte: Comune S. Donato)

I bacini territoriali di fruizione del progetto di comunicazione sono:

- in primo livello l'area del Sud Milano (San Donato e paesi limitrofi)
- in secondo livello l'area metropolitana di Milano

### 2.3. Strumenti di comunicazione

#### • Eventi cittadini di pubbliche relazioni

Nel mese di settembre, si svolge ogni anno la Festa del Santo Patrono, che vede protagonista la città, attraverso manifestazioni all'aperto ed iniziative che coinvolgono la cittadinanza e gli esercizi commerciali. L'Associazione è presente con un proprio spazio ed ottiene sempre un grande successo, tanto da registrare nuovi soci e decine di degustazioni libere.

Le degustazioni in Cascina Roma sui vini sardi o per le Aste di beneficenza vedono esaurirsi velocemente i posti disponibili, con una partecipazione finale da quaranta a novanta persone.

• **Visibilità del proprio marchio sui materiali dell'Associazione** (portabicchieri, bicchieri, ecc.)

La visibilità di marchio degli sponsor è garantita sul portabicchiere, sul grembiule di rappresentanza e sugli indumenti di lavoro, con dimensioni e posizionamento da concordarsi a seconda della tipologia di sponsor.

- **Ufficio stampa Spot**

E' prevista un'attività continuativa di ufficio stampa, inclusiva di media relations, comunicati stampa e post-comunicati in occasione di ogni appuntamento di rilievo.

Gli sponsor verranno citati in ogni comunicato.

Sono previste uscite stampa mirate e personalizzate per gli sponsor attraverso interviste, incontri stampa, conferenze stampa, iniziative speciali a seconda delle opportunità.

- **Sito dedicato [www.quintomiglio.com](http://www.quintomiglio.com)**

Riportante tutte le attività dell'Associazione (con una media di 5000/7000 pagine al mese) con possibilità di inserire loghi e formati pubblicitari degli sponsor con rimando ai propri siti

- **Eventuale creazione di eventi ad hoc (a carico Sponsor) come occasione di promozione locale**

Nel caso in cui gli sponsor lo ritenessero, con budget integrativi speciali, l'Associazione potrà organizzare eventi specifici aperti ai Soci o ai Clienti della società per coniugare le finalità culturali dell'Associazione e la presentazione di nuovi prodotti, campagne pubblicitarie della Società sponsorizzatrice.

## 2.4. I ritorni di comunicazione e immagine

- **Contatti/consumatore**

Nel corso del 2007 sono previsti:

- 3.000 contatti diretti

- 6.000 contatti indiretti

- citazioni su stampa locale (su Il Cittadino di Lodi sono già stati pubblicati una decina di articoli, così come alcuni su "Il Sabato News" ed altre testate locali)

- 35000 visite su [www.quintomiglio.com](http://www.quintomiglio.com) per più di 70.000 pagine viste

Se in termini quantitativi si tratta di numeri non altissimi, ma comunque significanti, è importante focalizzarsi sulla qualità/contatto che i soci e gli interessati all'Associazione hanno.

- **Immagine Sociale e Radicamento nel territorio**

Il progetto di comunicazione, grazie a un abbinamento di marchio tra una realtà locale fortemente connotata e attività continuative durante l'anno, a forte contenuto sociale e culturale, consente agli sponsor di "radicarsi" nel territorio sandonatese, con ritorni non solo a breve, ma anche a medio e lungo termine

- **Immagine di "stile"**

L'abbinamento a una realtà come l'Associazione Quintomiglio consente di "sposare" un'immagine che testimonia l'attitudine a una ricerca di stile, vuol dire far propria l'immagine del vino come momento di intimo piacere o di felice condivisione.

- **Fidelizzazione consumatori**

Grazie allo stretto rapporto con il territorio e alla presenza continuativa all'interno del tessuto sociale, il progetto di comunicazione consente ai marchi sponsor di rafforzare la fidelizzazione dei consumatori, che vedranno negli sponsor un "partner" della loro vita quotidiana e non un semplice prodotto/servizio commerciale.

- **Pubbliche relazioni nel territorio sandonatese**

Grazie alla rilevanza che assume nella vita cittadina l'attività dell'Associazione, il progetto di comunicazione consente ai marchi sponsor di sviluppare un'attività di pubbliche relazioni ad alto livello sia istituzionale, sia mediatico, con le personalità del mondo sandonatese.

## 2.5. Forme di contributi e modalità di sponsorizzazione

- Sono previsti:

1. Sponsor immobiliare
2. Partner Sponsor
3. Sponsor tecnici

- Forme di contributi:

**Sponsor immobiliare:** cede ad uso gratuito o comunque ad un affitto agevolato uno o più locali idoneo alla sede dell'Associazione dove organizzare incontri e i corsi di formazione o per la cantina sociale climatizzata

**Sponsor economico:** contributo libero sotto forma di erogazione diretta all'Associazione

**Sponsor tecnici:** contributo libero sotto forma di materiali tecnici che possano essere utili alle finalità dell'Associazione

- Accordi di dettaglio

Da stipularsi sulla base dei contributi erogati. La presenza di uno sponsor immobiliare o di uno sponsor economico potrebbe garantire l'esclusiva sponsorizzazione all'Associazione (ad esclusione degli sponsor tecnici).

## 2.6. Tipologie di aziende sponsor

Il progetto di comunicazione "Associazione Quintomiglio" è adatto ai seguenti marchi:

- Aziende locali dell'area sandonatese (anche municipalizzate)
- Aziende di largo consumo, con interessi locali, quali banche, assicurazioni, etc.
- Aziende di prodotti di largo consumo nazionale con interessi nell'area sandonatese (alimentari, tecnologici, automobilistici, ecc.)
- Aziende partner tecnici (quali enoteche, produttori vitivinicoli, agenzie viaggi, ristoranti, alimentari, gastronomie, noleggio auto, ecc.)

## 3. Come contattarci

Attraverso il sito [www.quintomiglio.com/contatti/](http://www.quintomiglio.com/contatti/) oppure:

via email: [contatta@quintomiglio.com](mailto:contatta@quintomiglio.com)

via fax: 02 700 526 399

contattando il Presidente Massimiliano Cochetti al 335 75 22 616

Vi ringraziamo dell'attenzione, sperando di ritrovarci a quattrocchi per una chiacchierata davanti ad un buon bicchiere di vino.