

“Alimenta Madrid 2010”

- preproyecto de feria -



Concepto

"Alimenta Madrid 2010" representa un evento **diferente, atractivo, innovador**, que rompe de alguna manera con el estereotipo de feria gastronómica.

Aunque el núcleo central del proyecto sea la realización de una feria, el carácter de la intervención no es puntual sino que busca una **continuidad** en términos de apoyo a la industria agroalimentaria.

Para ello, este proyecto cuenta como elementos imprescindibles para su éxito, con la **participación ciudadana** y con una propuesta de actividades que se realizarán de manera previa y posterior al evento ferial y que situarán la acción promocional en su marco geográfico, natural y cultural.

Las piedras angulares sobre las que rota la realización de la feria "Alimenta Madrid 2010", son el **apoyo a la agricultura y la ganadería, y el refuerzo de la industria agroturística de la Comunidad de Madrid**, propiciando el crecimiento de la oferta de actividades de ocio y rutas gastronómicas en las zonas rurales.

Antes de la feria

Las actividades previas a la realización de la feria tienen el objetivo de lograr una **amplia repercusión del evento**. Para ello, se han diseñado 3 certámenes cuyo tema central son los Alimentos de Madrid, y que abarcan prácticamente a toda la población susceptible de participar en la feria. Éstos son:

- Certamen de fotografía (dirigido al **público en general**)
- Certamen de recetas (dirigido al **público en general**)
- Certamen de dibujos (dirigido a todos los **colegios de Educación Primaria** de la Comunidad de Madrid)

Las fotografías, recetas y dibujos, serán publicados en la **página web de la feria**, donde la gente podrá efectuar sus votaciones.

Los resultados se darán a conocer el día de inauguración de la feria, con los siguientes premios:

1. Los autores de la obra más votada de cada uno de los certámenes, recibirá el premio de un **fin de semana de turismo gastronómico** para 4 personas en un alojamiento rural de la Comunidad de Madrid, junto con una serie de visitas y degustaciones de alimentos típicos de la zona.
2. Los autores de las 10 obras más votadas de cada uno de los 3 certámenes, recibirán un **lote de Alimentos de Madrid**.
3. Las 100 fotografías y los 100 dibujos más votados serán **impresos en las paredes de la carpa**. Las 100 recetas más votadas pasarán a formar parte de un **libro de recetas** del que se editarán 1000 ejemplares. Todos recibirán un diploma.

La feria

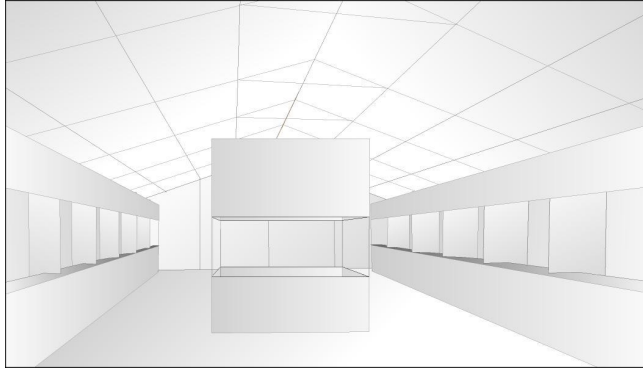
El lugar elegido para situar el recinto ferial es la **Plaza de Callao**, que tras las recientes reformas ofrece unas condiciones inmejorables para la realización del evento.

La carpa estará situada en el centro de la Plaza, dejando un pasillo para la circulación de la gente entre los kioscos laterales, la boca de metro, la calle Preciados y el lateral que da a los centros comerciales, lugar donde se colocará **un pequeño escenario** que servirá para la **inauguración** y será utilizado eventualmente por los grupos de dinamización para animar y atraer a la gente, así como por las empresas participantes para dar pequeñas **charlas sobre sus productos**, temas de interés como la nutrición y la ecología, **talleres prácticos e imaginativos** como la elaboración de un huerto en el hogar, etc. Siempre con el toque de humor y cercanía que envolverá toda la feria.



Para la carpa, hemos elegido un **diseño cúbico** de 20 x 20 metros, con un color llamativo (por ejemplo el rojo) que irá decorado en sus laterales con **dos gráficas que se integrarán en el diseño de la lona y presentarán las fotografías y los murales** seleccionados en los respectivos certámenes. El diseño compacto permite la concentración de la atención y al mismo tiempo el control del material durante los 3 días de duración de la feria.

El diseño presentado tiene un lugar de entrada y otro de salida, con unas ventanas de plástico situadas en los laterales de las puertas, que permitirán a la gente visualizar lo que hay en el interior (el 3D es muy básico a la espera de elección de la empresa a diseñar y montar el evento)



El interior refleja un pasillo con **dos mostradores** situados a los laterales. Las empresas se distribuirán tras los mostradores, donde tendrán espacio para cocinar y guardar sus productos. Además de la actividad propiamente comercial, realizarán **catas y demostraciones culinarias** a modo de taller para su degustación mediante un **sistema de tickets** que se organizará desde el núcleo central.

Un ticket costará 5 € y constará de 5 puntos que se podrán gastar en consumir diversos productos, dependiendo de su precio y calidad. De esta manera evitaremos los problemas de “avalanchas” que origina la gratuidad, especialmente en un lugar con tanta afluencia.

En el **núcleo central** estará el personal que -además de la venta de tickets- proporcionará **información general** sobre la feria, y controlará la **venta de paquetes de rutas gastronómicas**, integrados por estancias en casas rurales, actividades en los centros de producción, etc. El mostrador central estará dotado de **2 pantallas de plasma de 42 pulgadas** que darán acceso directo al público a material visual sobre las zonas productoras de la región, explicaciones sobre procesos de elaboración, etc. También existirá a disposición de la gente una selección de libros y folletos que apoyen y amplíen la información de las pantallas, así como información sobre turismo rural, senderismo, gastronomía, ecología y nutrición.

En algunos puntos del recinto, habrá situados algunos **elementos tradicionales** como una prensa de vino, un alambique de cobre, etc., que ayudarán a decorar y ambientar físicamente la feria.



Distribuida alrededor de la carpa, estará instalada durante todo el tiempo de duración de la feria la actividad lúdico-educativa “Se te va la Olla” consistente en una serie de **juegos básicos para niños y padres**, con ambientación gastronómica, dirigidas por dos monitores que controlarán el uso de los juegos y dinamizarán la actividad.



Esta actividad exterior se verá complementada, además, por **dos equipos de actores** que darán publicidad al evento público continuamente, con un toque de humor, recorriendo las calles colindantes y **animando a las personas a entrar y participar** (por ejemplo, disfrazados de chef y pinche, “buscando” la feria).

El viernes 4 de junio se realizará la inauguración de la feria. Se anunciarán y descubrirán las fotografías y los murales seleccionados que estarán situados decorando los laterales de la carpa y se presentará a los ganadores de los tres certámenes. Se abrirán las puertas de la carpa.

Después de la feria

Durante la realización de la feria se pondrán en marcha una serie de mecanismos que contribuirán a conocer el nivel de éxito de las actividades realizadas, así como aquellos aspectos a mejorar en la realización de posteriores eventos. Son los siguientes:

- Habilitación de un **buzón de sugerencias y nivel de satisfacción**, tanto en el recinto ferial como en la página web.
- **Entrevistas** con las entidades participantes en la feria
- **Repercusión mediática** de la feria

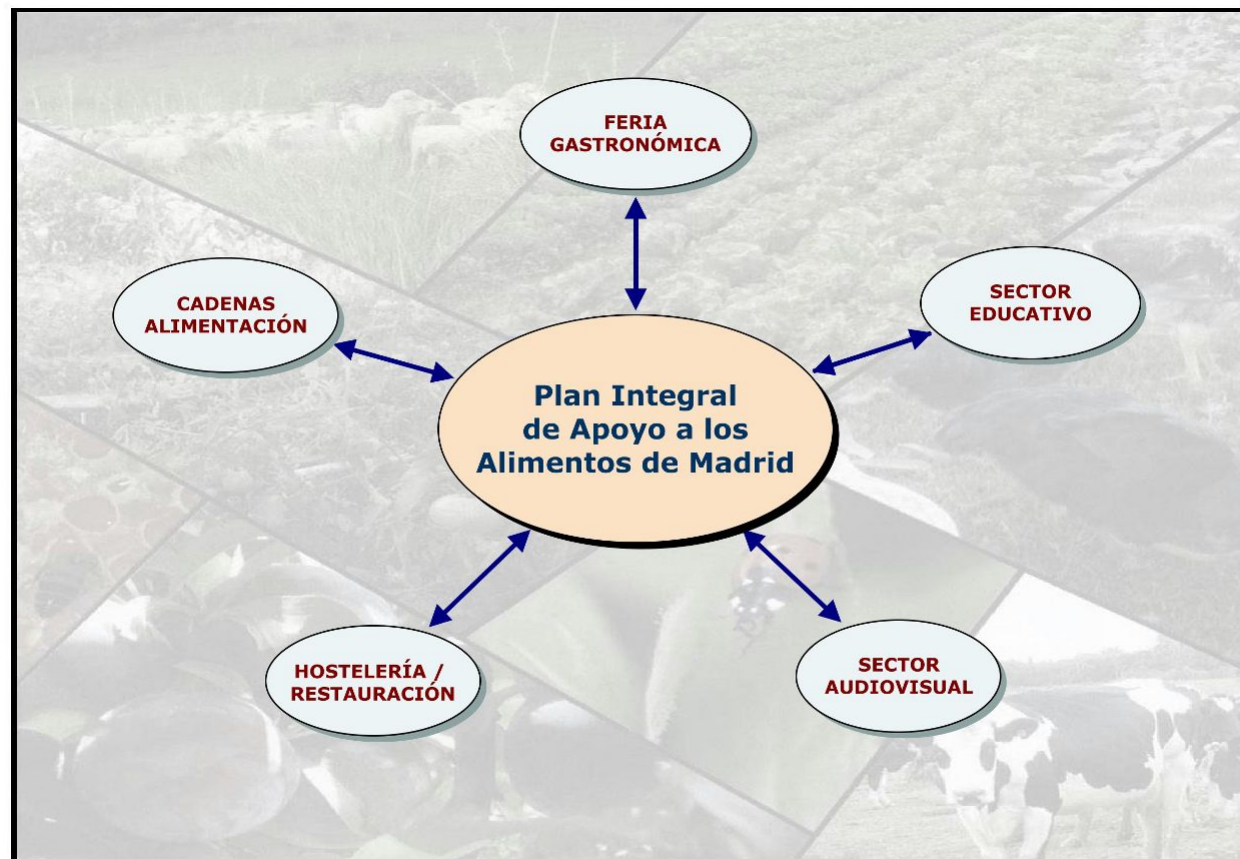
Este proyecto puede presentarse como base para un plan de potenciación del **desarrollo sostenible en el medio rural**, fomentando la creación de empleo y el crecimiento económico, especialmente en aquellos sectores que se han visto más gravemente afectados en los últimos tiempos bien debido a la crisis económica, bien a las nuevas tendencias emergentes de mercado.

La investigación inicial en la que se basa este proyecto, se ha apoyado en la información aportada por los **Consejos Reguladores de Vinos de Madrid, Carne de Guadarrama, Aceitunas de Campo Real, Anís de Chinchón y Agricultura Ecológica**, mediante una serie de reuniones y entrevistas con cada uno de ellos, en las que se han analizado sus problemáticas así como las posibles soluciones en términos de producción, promoción y comercialización de sus productos.

La investigación confirma la conveniencia de dar apoyo institucional a la promoción de empresas y asociaciones agroalimentarias de la Comunidad de Madrid en dos ejes generales: **el consumidor final y los profesionales del sector**.

Ambos están intrínsecamente relacionados, ya que una mayor demanda de Alimentos de Madrid por parte del consumidor final repercutirá en un mayor interés por parte de la industria en ofrecer dichos productos. Sin embargo, no por ello debe dejarse recaer todo el peso en la realización de actuaciones sobre los consumidores.

Por todo ello sería conveniente llevar a cabo una **estrategia global que conjunte eventos en los dos ámbitos**, logrando que sus efectos se potencien entre sí y que el resultado final sea de una mayor amplitud que la suma de sus acciones individuales. La feria “Alimenta Madrid” podría presentarse como el primer paso en esa dirección.



El gráfico anterior presenta un esquema con las diferentes acciones complementarias que integrarían ese "Plan Integral de Apoyo":

Las acciones "Feria gastronómica", "Sector educativo" y "Sector audiovisual", pertenecerían al eje de acción sobre el consumidor mientras que las acciones "Hostelería / restauración" y "Cadenas alimentación" responderían a la necesidad de acción directa sobre los profesionales del sector.

A continuación se pueden ver algunos ejemplos de las actividades que se podrían realizar en las diferentes acciones:

- Sector educativo: unidades didácticas, inclusión de los Alimentos de Madrid en libros de texto, etc.
- Sector audiovisual: documentales, publicidad, serie dibujos animados, etc.
- Cadenas de alimentación: stand con Alimentos de Madrid (información y facilidad de identificación).
- Hostelería / restauración: promoción de los Alimentos de Madrid en bares, hoteles, restaurantes, etc., inclusión en los conciertos de catering con Instituciones Públicas de la Comunidad de Madrid (hospitales, colegios, etc.)

Anexo 1:
- Cronograma -

FECHA	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES
1/01/2010	Documentación y estudio problemática actual Reuniones principales implicados en el sector	
1/02/2010	Inicio diseño feria gastronómica "Alimenta Madrid"	
1/03/2010	Presentación pre-proyecto A la espera de feedback para modificaciones y cambios en el proyecto Selección empresa de eventos	Incluirá esbozo aprox. y presupuestos a grosso modo. Para una primera aprobación y criba. Si se pre-aprueba antes del 8/03/2010 se podrá realizar el proyecto definitivo para presentar el día 15
15/03/2010	Entrega del proyecto definitivo * Bocetos de campaña gráfica (logotipos, texturas, marcas de agua, concepto) * Planteamiento en el espacio de las necesidades de la feria (stands, puestos, mobiliario) * Presupuestos definitivos sobre el proyecto presentado * Entrega de cronograma de producción para realizar el evento	Material gráfico de la campaña. tanto para comunicar como para decoración de la feria. Dimensionamiento sobre plano de toda la feria en todas sus partes mediante presentación de imágenes 3D Detallando todas las partidas del evento, tanto de diseño, como de producción, alquileres y recursos humanos
19/03/2010	APROBACIÓN y arranque del proyecto Detallar temas financieros de pagos con empresa eventos y otros proveedores Inicio diseño página web feria Inicio campaña gráfica: cartelería, logotipos, gráfica exterior carpa, fondo web Solicitud de permisos al Ayuntamiento para eventos y espectáculos Inicio organización asistentes/participantes a la feria * Contactar con las entidades asociadas para establecer cita para presentarles el proyecto	Incluir diseño cartelería para concursos fotográfico, recetas y carteles colegios Concretar citas para la siguiente semana. Dar el 26/03/2010 como fecha límite para que presenten quiénes serán sus asociados asistentes/participantes para cerrar organización feria y calendario de actividades
22/03/2010	Inicio organización actividades previstas en la feria * Concurso fotográfico * Concurso de recetas * Concurso de carteles entre colegios.	Contactos temas de comunicación Ver publicaciones o medios de la Consejería para dar a conocer el concurso Preparar listado de los colegios con los que contactar. Iniciar contacto cuando se tenga el cartel o dossier presentación
24/03/2010	Revisión diseño WEB para su pre-aprobación y posteriores versiones	
29 - 31/03/2010	Citas con entidades asociadas. Presentación del proyecto aprobado	
2/04/2010	Fecha límite cierre listado de participantes - asistentes a la feria Inicio Adaptaciones gráficas con la identidad corporativa de los participantes	Deberán entregar el material gráfico y corporativo de los participantes
12/04/2010	Inicio promoción certamen recetas Inicio promoción certamen escolar (notificación a colegios) Inicio promoción certamen fotográfico Revisión planimetría del espacio Cierre Artes finales para impresión Recepción de permisos Contratación fotógrafo y Cámara para video edición del día del evento Organización de la presentación a prensa del día de inauguración	Establecer prioridades con el equipo de protocolo y comunicación de la Consejera de Medio Ambiente
19/04/2010	Finalización de la página web de la feria	
22/04/2010	Inicio Concurso y recepción fotografías en web Inicio Concurso y recepción recetas en web Inicio Certamen murales, recepción y digitalización para subir a web	

FECHA	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES
3/05/2010	Fin recepción fotografías certamen, publicación en web	
	Fin recepción recetas certamen y publicación en web	
	Fin recepción murales certamen y publicación en web	
3/05/2010	Inicio votaciones populares en web	
16/05/2010	Fin votaciones en web	
	Iniciar la impresión 100 fotografías - carteles más votadas	
	Iniciar maquetación e impresión de librito recetas	
2/06/2010	NOCHE. Montaje carpa	
3/06/2010	A LO LARGO DEL DÍA. Montaje interior carpa (stands y gráfica interior)	
	NOCHE. Montaje gráfica exterior	
4/06/2010	MAÑANA. Inauguración de la feria para prensa y personalidades	
	Entrega de premios: Receta/ fotografía/ mural infantil	
	TARDE. Apertura al público	
5/06/2010	EVENTO	
5/06/2010	EVENTO	
	NOCHE. Desmontaje	
7/06/2010	Análisis del resultado de la Feria.	
	Cierre pagos a proveedores	
	Seguimiento en medios de prensa	
	Recepción de fotografías y vídeos para realizar dossier de la feria para la próxima edición	

Anexo 2:

- Aprox. presupuestaria -

	UNIDADES	COSTES	TOTAL
Alquiler Carpa 400m2 (20x20m)	1	12450	12450
Tarima + moqueta ferial			
Alquiler equipo técnico 3 días	1	17280	17280
<i>Equipo de sonido</i>	1	7540	
Altavoces PS10			
Mesa ALTAIR 16c			
Etapas de potencia 16KW			
Splitter audio para rueda prensa			
Reproductor			
<i>Iluminación</i>	1	2740	
Luz general Carpa			
Iluminación puntual Rueda de prensa			
<i>Audiovisual</i>	1	1650	
2 Pantallas de plasma de 42"			
2 PC control interactivos			
<i>General Acometida</i>	1	5350	
Alquiler Generador eléctrico			
Cuadro eléctrico y acometida general			
puntos de toma de corriente en cada stand			
Stands	1	28400	28400
Stand modular Aluminio			
Alquiler, montaje y desmontaje			
Escenario	1	400	400
Gráfica interior	1	9450	9450
Impresión en foam de la imagen corporativa, decoración y logotipos			
Gráfica exterior	1	3450	3450
Impresión de 100 fotografías 50x70 sobre forex de 5mm			
Impresión 2 lonas de 500x70cm para indicar entrada a la carpa			

	UNIDADES	COSTES	TOTAL
Premios concursos	1		
Casa rural 4 personas un fin de semana + actividades (3 premios)	12	202	2424
Maquetación e impresión 1000 libritos recetas	1	1500	1500
Diseño y creación página web	1	2000	2000
Recursos humanos	1	12200	12200
Seguridad 24hs 5días	5	600	
Limpieza	1	850	
Diseños Gráficas y Artes Finales stands y carpa	1	5400	
Personal técnico de montaje y evento	1	3200	
Equipo de producción empresa de eventos	1	2150	
Cubo exterior gráfica	1	15230	15230
Estructura Aluminio exterior	1	5700	
Gráfica (lona microperforada)	1	7680	
Montaje	1	1850	
Coordinación del evento	1	6750	6750
TOTAL. IVA NO INCLUIDO			111534
* Gestión de permisos no incluida			
* Tasas Ayuntamiento no incluidas			
* Diseño Cartelería para concursos y prensa no incluido			
Espectáculos	UNIDADES	COSTES	TOTAL
SETEVALAOLLA	3	1300	3900
ANIMACIÓN	1	15740	15740
4 equipos de 2 actores + 1 regidor (3días)			
Ensayos			
Vestuario cocineros			
Guión			
TOTAL. IVA NO INCLUIDO			19640