



californiaTM
prunes



Prunes. For life.

ITALY

QUARTERLY REPORT

May 2023 – July 2023

Prepared for California Prune Board by:
Shine Marketing Communications Ltd

Measuring our success

- Key performance indicators (KPIs) are established at the start of the program year for primary program activities aligning with two stakeholder requirements : 1) FAS requirements under the MAP program 2) CPB industry measurements
 - These are anticipated outcomes that the in-market team expects to deliver as part of any given initiative
 - Goals established using historical performance and third-party metrics to set benchmarks whilst complying with FAS guidance
 - Benchmarks vary by program and platform, or medium used as well as available data
 - Program activities continuously optimized and strategies adjusted based on what the KPIs reveal
- KPIs are continually monitored and tracked in a quarterly measurement report
 - Measurement reports include analysis of activity performance and results to provide context and for team discussions on opportunities to pivot throughout the year
- To comply with FAS requirements under the MAP program we undertake full Usage and Attitude (U&A) consumer studies in rotation in one export market per year (each market undertakes a study on average every 3 years to comply with reporting requirements of FAS).

Target	KPI
Trade	<p><u>Performance Measure</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Set and improve the % average opening rate of CPB’s Direct Marketing Emails by trade recipients • Estimated media value coverage achieved, per \$ invested <p><u>Activity Level Goals</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Reach trade contacts within trade-focused publications • Estimated media value (AVE) of coverage achieved • CPB to attend a major EU trade show
Consumer	<p><u>Activity Level Goal</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Media coverage will reach Italian consumers • Estimated media value coverage achieved • Generate reach across Social media that reach Italian consumers • Engagement rate of social media posts • Italian consumers will be delighted with the delicious taste of California Prunes, through eating free samples • Integration of the activity will generate visits to the California Prunes website
HCP	<p><u>Market Plan Goals</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Set and improve the % average opening rate of CPB’s Direct Marketing Emails by HCP recipients • Drive readership of our existing archive of newsletters and publish new developments in a timely manner • Reach HCPs through media relations (e.g. trade press releases published by specialist HCP publications (print and digital)) • Estimated media value coverage achieved



Communications Highlights



Communications Summary – YTD



Social Media CPB



Influencer-owned Social Media Activity



(Consumer + Trade generated in Italy) Digital and Traditional Print Media
Does not include joint HCP coverage that is already included in the UK report



TV and Digital TV Activity



Website

YTD performance (Organic + Boosted total per platform)

Followers: 4,645
Reach: 1,954,124
Engagement Rate : 20.3%

Followers: 56,206
Reach: 2,396,611
Engagement Rate : 78%

YTD performance

Number of posts: 59
Reach: 3,413,064
Engagement Rate : 71%

YTD performance

Earned
Number of articles: 234
Reach: 32,534,882

Paid for
Number of articles: 3
Reach: 835,264

Combined Total
Number of articles: 237
Reach: 33,370,146

YTD performance

Earned
Reach: 6,798,000
Class TV Moda

Paid for
Reach: 7,220,000
Cotto e Mangiato

YouTube
Impressions: 12,067,963
Viewability: 89.01%

YTD performance

Number of unique visits: 57,457

Average time per session: 00:20

Average pages per session: 1.30

Anecdotal Feedback from our Audiences...



Reporting Period: May - July 2023

“The event was really successful!
What an amazing idea the mixology
experience!”

Conversation with consumer journalist, May23



“It is super 🤩👍”

Instagram Comment, May 23

“Those lollipops with California
Prunes are fantastic! Super recipe, it
was a great idea to pair them with
the pink chocolate”

Conversation with consumer journalist, Jul23



“A lifetime of eating prunes at the
evening”

Facebook Comment, Jul23



Prunes. For life.

Traditional and Digital Media Activity



4 highlights of traditional and digital activity (Trade) – May - July 2023

Date 23 rd May	
California Prunes protagonists... in the glass: perfect for cocktails	
Publication:	Italiaatavola.it
Reach:	10,000
AVE:	\$ 5,700
Relevant Brand Pillar(s)	Quality, Versatility, Taste Health

Prugne della California protagoniste... nel bicchiere: perfette per i cocktail

Le Prugne della California confermano ancora una volta la loro versatilità, diventando l'ingrediente perfetto per i cocktail creati dai mixologist. Rimani Wellness ha creato un aperitivo a base di Prugne della California e di altri ingredienti freschi e naturali, che viene servito in un bicchiere di vetro.

Prugne della California protagoniste... nel bicchiere: perfette per i cocktail

Le Prugne della California confermano ancora una volta la loro versatilità, diventando l'ingrediente perfetto per i cocktail creati dai mixologist. Rimani Wellness ha creato un aperitivo a base di Prugne della California e di altri ingredienti freschi e naturali, che viene servito in un bicchiere di vetro.

Date 31 st May	
California Prunes: versatile and healthy	
Publication:	Food
Reach:	40,000
AVE:	\$ 5,617
Relevant Brand Pillar(s)	Quality, Taste, Versatility, Health

California Prune Board

Prugne della California, versatili e sane

Naturali e nutrienti, le Prugne della California possono essere utilizzate in modi interessanti e innovativi per soddisfare la domanda di uno stile di vita sano – spiega Esther Rilston-Elliott, Director of International Marketing and Communications California Prune Board –. Le Prugne della California sono naturalmente ricche di vitamine e minerali, alleate essenziali per il benessere quotidiano. Sono, inoltre, un'ottima fonte di fibre e di due importanti nutrienti che favoriscono il mantenimento di ossa normali: la vitamina K e il manganese. Il consumo di 50-100 g al giorno di Prugne della California si è dimostrato, secondo ultime evidenze scientifiche, utile per rallentare la perdita di massa ossea, aumentando significativamente la densità minerale e riducendo così il rischio di fratture osteoporotiche. Questa realtà lavora da molti anni a stretto contatto con i produttori californiani, le aziende di lavorazione di alimenti e con gli chef di tutto il mondo. Il mercato dell'Unione europea è particolarmente importante per noi. E all'interno dell'UE, l'Italia è un mercato chiave. Per divulgare al meglio la conoscenza dell'alta qualità, della versatilità e del gusto distintivo del prodotto, il California Prune Board ne promuove le caratteristiche sia sul mercato europeo che su quello extra-UE. La campagna di marketing e comunicazione di maggior successo sono

Date 8 th June	
California Prunes, positive results from Rimini Wellness	
Publication:	Myfruit.it
Reach:	6,000
AVE:	\$ 1,200
Relevant Brand Pillar(s)	Quality, Taste, Health

Prugne della California: riscontri positivi da Rimini Wellness

Il Palco Active del padiglione C3 sono state organizzate sessioni di allenamento e attività di sampling del prodotto.

Il California Prune Board (CPB) che rappresenta coltivatori e confezionatori di prugne provenienti dalla California, prosegue con il proprio impegno promozionale in Italia e presenta il bilancio positivo della partecipazione del Palco Active a RiminiWellness 2023.

Tra il 7 e il 9 giugno, il giorno è iniziato il giorno della California, un percorso allargato per tutti gli operatori con qualità nutrizionali distinte e un sapore unico. Sono stati promossi il grande evento Rimini Fiera, dove 1000 appassionati di fitness, benessere e nutrizione sono venuti a scoprire le Prugne della California, le vitamine e il manganese, che contribuiscono al mantenimento di ossa normali, mentre, inoltre, un ricco glicone vegetale, grazie alla presenza di fibre e alla composizione dei suoi glucidi, favorisce un'energia facilmente disponibile e di graduale assorbitazione, ideale per i tentativi di perdita di peso, che prevede una riduzione dei carboidrati, proprio come quelli approvati da numerosi partecipanti alle sessioni di allenamento offerte presso il Palco Active Prugne della California a RiminiWellness 2023.

Date 19 th June	
California Prunes: Expected excellent sizes	
Publication:	Distribuzionemoderna.info
Reach:	2,700
AVE:	\$ 1,200
Relevant Brand Pillar(s)	Health, Versatility, Taste

Prugne della California: previste dimensioni eccellenti

La California ha registrato un clima favorevole durante la stagione della fioritura e i coltivatori stanno osservando buone dimensioni durante l'allegagione. Anche se la produzione sembra promettente, il Comitato esecutivo del California Prune Board prevede che le forniture saranno notevolmente limitate per la stagione, con un volume stimato di 75.000 tonnellate (99.000 Mt) per il raccolto del 2023.

Le maggiori dimensioni delle prugne della California sono in linea con la qualità premium attesa per il raccolto. Pur essendo ancora nella prima metà della stagione di crescita, il clima umido sta creando condizioni positive per le piante di prugne della California determinando una rapida caduta dei frutti. Un fatto che i coltivatori considerano un'ottima premessa per avere un raccolto ottimale.

Abbiamo visto una solida domanda di coltivatori e confezionatori di Prugne della California mantenere un'alta qualità del raccolto, mantenendo il frutto sottile in una posizione piuttosto stabile – afferma Doris Zuo, Executive Director del California Prune Board. Il prodotto che i collezionisti di tutto il mondo si aspettano di vedere nell'estate è il prodotto di qualità.

In occasione della partecipazione alla 40^a edizione dell'International Nut & Dried Fruit Congress (INDFC) a Londra il mese scorso, nel corso di un panel dedicato ai leader del mercato della frutta secca, Zuo ha riferito che, mentre la produzione mondiale della prugna è in crescita, il mercato globale delle prugne seche rimane un settore di nicchia, ma in crescita. Con oltre 100 anni, i coltivatori di prugne della California producono, responsabilmente prugne seche di prima qualità. Con gli alti standard di coltivazione di qualità, ragione e un sistema di assunzione a tunnel a clima controllato, la differenza della California si riflette nelle prugne naturalmente dolci che raggiungono le dimensioni ideali per ogni usata. La California è il più grande produttore di prugne in mondo e viene conosciuta nella biotecnica sportiva per conservare e guidare le strategie.

Traditional and Digital Media Activity

4 highlights of traditional and digital activity (Consumer) - May – July 2023



Date 16 th May	
Fashion & Beyond TV programme	
Publication:	Class TV Moda
Reach:	5,100,000
AVE:	\$ 493,878
Relevant Brand Pillar(s)	Quality, Versatility, Taste



Date 23 rd May	
The Italians' snack is tasty, healthy and social	
Publication:	Repubblica.it
Reach:	4,400,000
AVE:	\$ 80,000
Relevant Brand Pillar(s)	Versatility

Lo spuntino degli italiani è gustoso, salutare e social
di Salvo Capozzo

In base a uno studio condotto da Blogmeter per Prugne della California, nel 2022 lo spuntino è stato un 'key topic' sul social capace di generare 46 milioni di interazioni.

Gusto e salubrità sono due fattori chiave che gli Italiani ricercano nello **spuntino**, momento della giornata particolarmente apprezzato sia per mantenere attivo il proprio metabolismo sia in quanto oggetto di conversazione sui social network. È quanto emerge da uno studio condotto da **Blogmeter** per conto di **Prugne della California** basato sull'analisi delle conversazioni social dedicate alla **pausa** e alle **abitudini di consumo dello spuntino**. Dall'analisi emerge come nel corso del 2022 quello della pausa 'spezza-fame' sia stato un vero e proprio 'key topic' con un 'engagement' totale di oltre 46 milioni di interazioni.

In particolare, oltre il 70% delle conversazioni social identifica come **'snack'** qualcosa di dolce al sapore al cioccolato (29%), in grado di gratificare in primis il palato. Più di una conversazione su 3 considera lo spuntino come primo momento di benessere della giornata, associato allo sport nel pre e post allenamento e nel quale la **frutta** assume un ruolo rilevante (31%). A sottolinearne l'aspetto nutrizionale non sono, peraltro, solo 'food blogger', dietisti e nutrizionisti, la cui expertise è un valore aggiunto per diversi target, bensì anche genitori alla ricerca della merenda più salutare per i propri figli.

Salubrità e praticità influenzano profondamente anche le modalità del consumo dello spuntino: casa (29%), fuori casa (27.3%) e outdoor, durante l'attività sportiva (22%). Sono gli sportivi, infatti, i soggetti più consapevoli della necessità di una fonte di energia nutriente e a portata di mano durante l'allenamento.

Date 19 th June	
Pru-Ale	
Publication:	Oggi.it
Reach:	125,700
AVE:	\$ 22,500
Relevant Brand Pillar(s)	Quality, Taste

Pru-Ale

La **mixology** e la **profumeria** sono arti che richiedono passione, creatività e attenzione ai dettagli e in cui la qualità della materia prima è essenziale per ottenere il perfetto equilibrio di sapori e odori. E se ci fosse un ingrediente in grado di coniugare sapori e profumi in modo unico e originale? Ecco cosa succede quando gusto e olfatto si combinano con le Prugne della California. L'arte della mixology di Vincenzo Vitolo si unisce alla creatività del profumiere Cristian Calabrò per creare un percorso di sapori e profumi unico con le Prugne della California

★★★★★

Condividi

Bevande

Da 0 a 30 Minuti

Facile

1 Persona

Date 13 th July	
4 ideas for fresh, light and healthy summer snacks	
Publication:	Elle.com
Reach:	1,004,285
AVE:	\$
Relevant Brand Pillar(s)	Taste, Versatility

4 idee per snack estivi freschi, leggeri e salutare
Nutritici in modo corretto, anche fuori pasto, diventa fondamentale per combattere l'afa di questi giorni. Ecco i consigli degli esperti


Nutritici in modo corretto, **anche fuori pasto**, diventa fondamentale per combattere l'afa estiva e fare il pieno di energia per affrontare le incombenze quotidiane, ma anche per godersi una giornata la mare, in montagna o al lago. A confermarlo è anche la **ricerca** condotta da **Blogmeter** per Prugne della California, che ha analizzato le conversazioni social dedicate alla **pausa** e alle **abitudini di consumo dello spuntino**. Dall'analisi emerge come nel 2022, quello dello spuntino sia stato un **momento molto condiviso in rete con 46 milioni di engagement**. Nello specifico, del momento della pausa parlano profili molto seguiti e le conversazioni sono alimentate non solo da chi condivide i propri spuntini, ma anche da chi li prepara e consiglia ricette e nuove preparazioni ai propri follower. Le caratteristiche principali dello spuntino sono il **gusto** e l'**aspetto salutare**.


Nello specifico, oltre il **70% delle conversazioni social** identifica come **snack qualcosa di dolce** e che soddisfi il palato, con una predilezione per il sapore al cioccolato (29%). Per quanto riguarda l'aspetto salutare, **più di una conversazione su tre parla dello spuntino come di un momento healthy nel corso della giornata**, il cui consumo spesso è associato allo sport nel pre e post allenamento, e in cui la **frutta** assume un ruolo rilevante (31%). Insomma, oltre a un buon libro e alla crema solare, ricordatevi di usarla sempre, quello che non può mai mancare in vacanza (ma anche in città) è uno **snack**, meglio ancora se **salutare, leggero** e a base di **frutta**.


Social Media Activity


4 highlights of social media activity (Consumer) – May – July 2023



		
Platform:	Facebook	
Summary of Post: Active Squad - Sara Caulfield		
Reach:	24,241	
Engagement:	16,836	
Engagement Rate:	53.8%	
Relevant Brand Pillar(s)	Health	

		
Platform:	Facebook	
Summary of Post: Teresa Balzano recipe		
Reach:	24,041	
Engagement:	20,698	
Engagement Rate:	141,8%	
Relevant Brand Pillar(s)	Taste, Versatility	

		
Platform:	Instagram	
Summary of Post: Teresa Balzano Recipe		
Reach:	19,198	
Engagement:	3,015	
Engagement Rate:	15,7%	
Relevant Brand Pillar(s)	Taste, Quality, Versatility	

		
Platform:	Instagram	
Summary of Post: Andrea Mainardi		
Reach:	17,452	
Engagement:	2,585	
Engagement Rate:	15%	
Relevant Brand Pillar(s)	Quality, Versatility, Taste	



Top Performing Recipe on Social Media

- Author: Andrea Mainardi - [@andreamainardiofficial](#)
- Recipe: Cake with pear and California Prunes
- Published on:
 - Instagram: [instagram.com/reel](#)
 - Facebook: [Facebook/post](#)
 - Website: [californiaprunes.net/torta-alle-prugne-della-california-e-pere/](#)
 - Chorus: [chorus.thirdlight.com/content](#)



Marketing Activities

Review of Quarter:
Trade Activity



22/23 Trade strategy



Innovation by  **california prunes**
Prunes. For life.

1. UN'ISPIRAZIONE PER LE AZIENDE E PER GLI CHEF

Il **California Prune Board**, che dal 1952 rappresenta coltivatori e confezionatori di prugne provenienti dalla California, lavora a stretto contatto con i **produttori, le aziende alimentari, chef e food influencers** per sviluppare **nuove ricette e usi delle Prugne della California**.



2. A FAVORE DI UNA FILIERA SOSTENIBILE

Nei **frutteti di Sacramento e San Joaquin**, i coltivatori di Prugne della California applicano le più innovative tecnologie per **sfruttare l'energia solare, risparmiare acqua e ridurre gli sprechi**. La supply chain più ampia impiega all'interno dei processi produttivi fonti di energia rinnovabili, che consentono una riduzione dell'impatto ambientale.

3. A SOSTEGNO DELLA SALUTE DELLE OSSA

Il California Prune Board è leader mondiale nello **sviluppo di ricerche nutrizionali sugli effetti positivi sulla salute** delle Prugne della California. In particolare, è all'avanguardia nell'analisi della **connessione tra prugne secche e salute delle ossa**, con numerosi studi scientifici realizzati nell'arco di vent'anni.



PRUGNE DELLA CALIFORNIA



Qualità premium

Snack e ingrediente per ricette dolci e salate

Grandezza e gusto distintivo

Ricche di benefici nutrizionali



PER INFO
www.californiaprunes.net/it/trade/

Position California Prunes as a reliable partner for the trade community - thanks to their nutritional benefits as well as versatility in cooking.

Focus on promotion of premium California Prunes and activities that will encourage loyalty from our trade partners to buy Californian, rather than other origins. Focus on whole prunes.

Activities include:

- PR and Media relations
- Tactical advertising on selected media
- B2B fair participation



Trade

Cosa rende uniche le Prugne della California?
Tutto.

Attività in Italia

Italia a Tavola
Newsletter professionale n.445 del 11 Maggio 2023

L'OTTAVA TAPPA DI PIZZA BIT COMPETITION PREMIA COLPO, DORIGO E IAVARONE

La competizione eleggerà l'ambasciatore 2024 di Molino Sangiovanna. La fase iniziale sta giungendo al termine e la gara veneta ha premiato tre pizzaioli. L'evento terminerà a settembre, nella sede dell'azienda di Piacenza

Confcommercio: scendono i consumi. Male i settori dell'alimentare e turismo

La nota di Confcommercio segnala nel mese di maggio un generale rallentamento dei consumi, in particolare di quelli alimentari (-4,3%) e delle presenze turistiche italiane e straniere (-2%)

Perché scegliere le Prugne della California?

Gusto
Dolci, succose, morbide
Clicca qui per saperne di più

Affidabilità
Clicca qui per saperne di più

Italia a Tavola
Quotidiano di cronaca, sport, turismo, ristorazione e accoglienza (Lunedì 05 agosto 2023) | Segnapagina alle news | Menu articoli in sidebar

BLOCCAGE

Salto di qualità per il Montepulciano d'Abruzzo: sarà il brand del territorio di Antonio Iacono

Dopo 10 anni di crescita si prenderà esempio da Toscana e Piemonte. E intanto, vista l'elevata produzione, per non avere cadute dei prezzi si è decisa una stretta nella certificazione attraverso il "bloccage" delle uve

A MAGGIO

Confcommercio: scendono i consumi. Male i settori dell'alimentare e turismo

La nota di Confcommercio segnala nel mese di maggio un generale rallentamento dei consumi, in particolare di quelli alimentari (-4,3%) e delle presenze turistiche italiane e straniere (-2%)

Perché scegliere le Prugne della California?

Affidabilità
Clicca qui per saperne di più

california prunes
Prunes. For life.

PREVISTE DIMENSIONI ECCELLENTE PER LE PRUGNE DELLA CALIFORNIA

La California ha registrato un clima favorevole durante la stagione della fioritura e i coltivatori stanno osservando buone dimensioni durante l'allestimento. Anche se la produzione sembra promettente, il Comitato esecutivo del California Prune Board prevede che le forniture saranno nuovamente limitate per la stagione, con un volume stimato di 75.000 tonnellate (84.000 MT) per il raccolto del 2023.

Le maggiori dimensioni delle Prugne della California sono in linea con la qualità premium attesa per il raccolto. Pur essendo ancora nella prima metà della stagione di crescita, il clima umido sta creando condizioni positive per le piante di Prugne della California determinando una naturale caduta dei frutti: un fattore che i coltivatori considerano un'ottima premessa per avere una grandezza ottimale.

"Abbiamo creato una solida domanda e i coltivatori e confezionatori di Prugne della California mantengono un'attenta gestione delle scorte, mantenendo il nostro settore in una posizione piuttosto stabile", afferma Donn Zee, Executive Director del California Prune Board. "È probabile che il costo del lavoro e la continua scarsità dell'offerta mantengano la pressione sui prezzi per il prossimo futuro".

In occasione della partecipazione alla 40ª edizione dell'International Nut & Dried Fruit Congress (INDF) a Londra il mese scorso, nel contesto di un panel dedicato ai leader del mercato della frutta secca - Zee ha riferito che, mentre la produzione sarà più alta quest'anno, l'industria globale delle prugne seccate ritroverà un relativo equilibrio tra domanda e offerta. "Le realtà del settore sono influenzate da un ritorno alle tipiche annate di alta qualità in America e in Francia, dopo i raccolti ridotti delle scorse annate", conclude Zee. **Gusto**

Da oltre 100 anni, i coltivatori di Prugne della California producono responsabilmente prugne seccate di prima qualità. Con i più alti standard di coltivazione di qualsiasi nazione e un sistema di associazione a turni e clima controllato, la differenza della California si riflette nelle prugne naturalmente dolci che raggiungono in sicurezza 60 paesi ogni anno. La California è il più grande produttore di prugne al mondo e investe con regolarità nella ricerca scientifica per continuare a guidare la categoria.

SCOPRI DI PIÙ

Perché scegliere le Prugne della California?

Affidabilità
Continuità assicurata per dimensioni, qualità e gusto.
Clicca qui per saperne di più

california prunes
Prunes. For life.

Non è questo email perché fornito al vostro database. Per aggiornare le tue preferenze, clicca qui. © 2023 Italiani Confindustria. Italia a Tavola. Tutti i diritti di riproduzione riservati. Torino, Italia.

Trade media partnership – Italia a Tavola Italy, May – July 2023

Partnership agreement with leading trade media publication "Italia a Tavola" with a dedicated digital and print content plan to consolidate. Main goal: reinforce California Prunes brand reputation and reliability among B2B Italian stakeholders and buyers.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 3 print and online adv single page for a total circulation of 225,000
- 2 print and online free double page editorials for a total circulation of 150,000
- 1 DEM distributed to 140,000 subscribers, with 30,023 total openings and 1,982 total clicks
- 2 WEB-banners: one in weekly newsletter in weekly newsletter and one in weekly professionals' newsletter on May and June with 211 average total clicks
- 1 WEB-banner on the website homepage during May, June and July. Average monthly total impression: 426,031. Average monthly total clicks on the web banner: 781

What did we learn from the activity?

- The additional planning on May and July assured continuity in increasing CP credibility and visibility for premium quality, service and category - speaking to a profiled but extended trade target.
- The new advertising single page creativity allowed a greater visibility of the CPB's activities in Italy, complementing the communication of banners dedicated to themes of reliability and taste and of the DEM focused on positive crop forecast for 2023.

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility



Trade

FOOD

Trade media partnership – Food

Italy, May – July 2023

Partnership agreement with leading trade media publication ‘FOOD’ for California Prunes print and digital adv contents in May and June 2023. Main goal: intercept Italian trade stakeholders and the Italian food and retail industry members to communicate CPB key market messages and reinforce brand awareness and authority.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 2 print adv pages for a total circulation of 80,000 copies
- 2 product box in 2 monthly newsletter on May and June 2023. Each newsletter sent to 17,000 profiled contacts, average opening rate resulting in 19,8%, average click to open ratio 10,4%.

What did we learn from the activity?

- The CPB’ trade key messages of print advertorials are best conveyed when supported by high quality professional lifestyle and product photos always up-to-date and consistent with the topics covered (i.e. May 2023 “Food” special issue with “food innovation section” also distributed at the Milan TuttoFood trade fair; July 2023 special issue with “Dried fruit market”).
- Advertorial product box in the trade magazine newsletter and website allows CPB’ local and global activities to be highlighted by providing strategic information at key moments for the Italian market (i.e. Rimini Wellness preview of activities in May and Positive Crop forecast in June)

Innovation by California Prunes
Prunes. For Life.

1. UNISPIRAZIONE PER LE AZIENDE E PER GLI CHEF
California Prune Board, che dal 1952 rappresenta coltivate e produttori di prugne provenienti dalla California, lavora a stretto contatto con i produttori, le aziende alimentari, chef e food influencers per sviluppare nuove ricette e usi delle Prugne della California.

2. A FAVORE DI UNA FILIERA SOSTENIBILE
Nati fruttiferi di Sacramento e San Joaquin i coltivatori di Prugne della California applicano le più avanzate tecnologie per sfruttare l'energia solare, risparmiare acqua e ridurre gli sprechi. La supply chain più ampia, integrata e sostenibile, in tutta l'area produttiva e delle comunità locali.

3. A SOSTEGNO DELLA SALUTE DELLE OSSA
Il California Prune Board è leader mondiale nella ricerca di benefici nutrizionali sugli effetti positivi sulla salute delle prugne seccate e sulla salute delle ossa, con numerosi studi scientifici realizzati nell'arco di vent'anni.

PRUGNE DELLA CALIFORNIA
Qualità premium
Snack e ingrediente per ricette dolci e salate
Grandezza e gusto distintivo
Ricche di benefici nutrizionali

PER INFO www.californiaprunes.us/it/trade/

COMUNICAZIONE INTERNA

California Prunes
Prunes. For Life.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE
La ricerca e l'innovazione tutta la filiera delle Prugne della California, a partire dalle coltivazioni di Sacramento e San Joaquin, sono frangenti di energia solare rinnovabile, in riduzione degli sprechi e la garanzia di condizioni di lavoro equo, rispettando l'ambiente e la tutela ambientale e delle comunità locali.

CALIFORNIA PRUNE BOARD IN ITALIA
La ricerca e l'innovazione tutta la filiera delle Prugne della California, a partire dalle coltivazioni di Sacramento e San Joaquin, sono frangenti di energia solare rinnovabile, in riduzione degli sprechi e la garanzia di condizioni di lavoro equo, rispettando l'ambiente e la tutela ambientale e delle comunità locali.

PER INFO
www.californiaprunes.net/it/trade/

COMUNICAZIONE INTERNA

PRUGNE DELLA CALIFORNIA: ALTA QUALITÀ, VERSATILITÀ E RICERCA ALL'INSEGNA DELLA SOSTENIBILITÀ

La California Prune Board è leader mondiale nella ricerca di benefici nutrizionali sugli effetti positivi sulla salute delle prugne seccate e sulla salute delle ossa, con numerosi studi scientifici realizzati nell'arco di vent'anni.

RICERCA SCIENTIFICA
Il California Prune Board è leader mondiale nella ricerca di benefici nutrizionali sugli effetti positivi sulla salute delle prugne seccate e sulla salute delle ossa, con numerosi studi scientifici realizzati nell'arco di vent'anni.

CONSIGLI E RICETTE
California Prune Board, che dal 1952 rappresenta coltivate e produttori di prugne provenienti dalla California, lavora a stretto contatto con i produttori, le aziende alimentari, chef e food influencers per sviluppare nuove ricette e usi delle Prugne della California.

PER INFO www.californiaprunes.us/it/trade/

COMUNICAZIONE INTERNA

PREVISTE DIMENSIONI ECCELLENTE PER LE PRUGNE DELLA CALIFORNIA

La ricerca e l'innovazione tutta la filiera delle Prugne della California, a partire dalle coltivazioni di Sacramento e San Joaquin, sono frangenti di energia solare rinnovabile, in riduzione degli sprechi e la garanzia di condizioni di lavoro equo, rispettando l'ambiente e la tutela ambientale e delle comunità locali.

PER INFO
www.californiaprunes.net/it/trade/

COMUNICAZIONE INTERNA

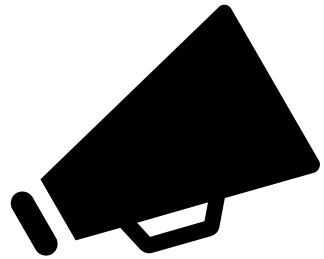
CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility



Trade E-Newsletters

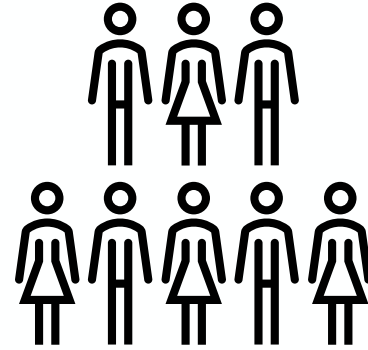
KPI	Annual Goal	Quantity / %	Q1	Q2	Q3	Q4	Current running average and trend towards Goal
Open Rate (Percentage of recipients who opened the E-Newsletter email)	Maintain the average opening rate across the E-Newsletters	24.5%	N/A	33.05%	N/A	39.22%	36% +11.5%
Number of E-Newsletters sent throughout the year	Deliver at least 2 or 3 within 22/23	2 or 3	0	2	0	1	3
Number of Trade Contacts	To show an increase (new goal for 22/23)	53 (at time of sending the Q2 newsletter)	53	53 x 2	53	53	53

Traditional and Digital Media Activity this quarter (Earned + Paid for)



Output

*We've published **25 trade** articles this quarter*



Reach

*Our coverage has been seen by over **428,658 unique daily** visitors*



AVE

*We've managed to gain excellent levels of value for CPB, **\$95,767***



Marketing Activities

Review of Quarter:
Consumer Activity





22/23 Consumer strategy



Encourage California Prunes to become a “everyday healthy pleasure” for everyone. Promote as a versatile ingredient for cooking sweet and savory recipes , to snacking during sport and fitness. Make the California Prunes key messages as prominent and accessible as possible, including the healthy benefits.

Activities include:

- Youtube campaign
- Consumer activations - Sampling days
- Ambassador and Influencer collaborations (cooking, fitness, well-being)
- Media partnership and TV product placement
- Digital Activities including Social Media
- Website

Consumer



You Tube Campaign

Italy, June 2023



Raising awareness and drive interest of California Prunes amongst target audiences with a 2-phase campaign. This delivered a first 15" video to two different audiences in the first phase and retargeted each audience with the 2nd video in the second phase.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- Total Delivered Impressions 12,067,963
- Viewability Rate 89.01%
- Clicks 3,330
- Unique Users
- Provenance Video 1st Phase 4,291,624
- Provenance Video Retargeting 1,657,890
- Versatility Video 1st Phase 4,209,168
- Versatility Video Retargeting 1,575,966

What did we learn from the activity?

- The main results of the campaign were good in comparison to the forecast and to the activity in the previous year;
- Both videos were effective and complemented each other well in terms of messaging
- We shall be repeating the activity in 2023/24

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility

Consumer

Andrea Mainardi collaboration



Italy, May 2023

The annual collaboration of Andrea Mainardi ended with a last content focused on the revival of a traditional recipe: the pear cake with California Prunes.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 1 post on Andrea Mainardi Instagram account and 3 Instagram Stories generated: 119,001 Total Reach and 118,952 Total Engagement
- Sharing of the video of Andrea Mainardi on CPB Instagram and Facebook accounts generated: 2 posts and 3 Instagram Stories, 46,077 people reached, 20,215 total engagement
- 1 recipes on CPB website generated: 175 Page Views

What did we learn from the activity?

- To achieve excellent results on website and social media, it's crucial to consider current trends and preferences in cake flavours, designs, and presentation. In this case, the public rewarded the homemade aspect and the easily replicable preparation
- In order to consistently create fresh and unique recipes, it is crucial to allow space for the Chef's creativity to flourish, not only in terms of the recipe itself but also in terms of the video's presentation and production



CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility

Consumer

Sonia Peronaci collaboration



Italy, July 2023

Sonia Peronaci continues to excel as a brand ambassador for California Prunes in Italy, skillfully enhancing their flavor and quality through consistently premium yet straightforward recipes. In Q4, the collaboration focused on a yummy ice cream to celebrate the beginning of summer

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 1 posts on Sonia Peronaci Instagram account generated: 83,901 Total Reach and 57,733 Total Engagement
- Sharing of the videos of Sonia Peronaci on CPB Instagram and Facebook accounts generated: 2 posts and 1 Instagram Stories, 15,712 people reached, 10,303 total engagement
- 1 recipe on CPB website generated: 24 page views

What did we learn from the activity?

- The recipe garnered positive performance on the website, confirming that the California Prunes audience appreciates simplicity and easy-to-replicate proposals
- The video presentation is clear and user-friendly, providing easy-to-follow steps that are highly beneficial for those seeking to recreate the recipe at home



CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility

Consumer



Teresa Balzano collaboration



Italy, May - July 2023

The collaboration with Teresa Balzano has been progressing with the introduction of new delicious recipes. The style of recipes chase current culinary trends and enriches the site's repertoire with tasty recipes. The focus of Q4 was creating recipes appealing to be made during summer afternoon or aperitif with friends.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 3 posts on Teresa Balzano Instagram and Facebook account generated: 22,995 Total Reach and 25,088 Total Engagement
- Sharing of the posts of Teresa Balzano on CPB Instagram and Facebook accounts generated: 6 posts, 3 IG Stories, 93,051 people reached, 58,815 total engagement
- 3 recipes on CPB website generated: 72 Page Views
- 1 consumer press release that generated 4 articles, total reach: 1,140,085 and total AVE: \$ 73,350

What did we learn from the activity?

- The recipes showcase the limitless possibilities of utilizing the exceptional versatility of California Prunes, demonstrating a wide array of enticing combinations
- The most successful recipe (Feta cheese) indicates a preference among the public for gourmet dishes while also valuing the ease of replication, highlighting the appeal of both culinary sophistication and practicality

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility

Consumer



Active Squad

Italy, May - July 2023

Collaboration with three influencers to showcase various methods of enjoying California Prunes while trekking, traveling, and hiking. Expand the reach to new communities and reinforce California Prunes image as the ideal snack for leisure activities and trips.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 1 post on Lorenzo Bises Instagram account generated: 14,178 Total Reach and 23,482 Total Engagement
- 1 post and 4 Instagram stories on Valeria Airoidi Instagram account generated: 9,478 Total Reach and 4,4024 Total Engagement
- 1 post and 3 Instagram stories on Sara Caulfield Instagram account generated: 39,406 Total Reach and 22,748 Total Engagement
- Sharing of the contents on CPB Instagram and Facebook accounts generated: 6 Post, 7 Instagram Stories, 66,064 Total Reach, 73,792 Total Engagement

What did we learn from the activity?

- Collaborating with three influencers amplifies brand reach and allows to showcase diverse ways of enjoying California Prunes during outdoor activities.
- This social campaign solidifies the message of California Prunes as the go-to snack for travel and leisure, increasing brand positioning.



CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility

Consumer



Mixology Night event

Italy, May 2023

Organize an exclusive event for media and influencers with an unconventional touch: two exclusive cocktails with California Prunes by a Mixologist with a dedicated fragrance created by a Perfumer. California Prunes versatility message was reinforced in an original way, and also the origin and sustainability effort of the Board thanks to ad hoc materials and the speech of Esther Ritson-Elliott. Also Annamaria Acquaviva and key stakeholders attended the event.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 29 guests: 25 journalists and influencers and 4 Board stakeholders
- 2 new cocktails and a fragrance with California Prunes
- 1 consumer and 1 trade press release that generated: 32 articles (*including 22 repeats of Class TV Moda reportage), Total Reach: 5,411,744 and Total AVE: \$ 553,345
- 35 Instagram Stories posted during the event by the guests
- 1 Instagram and 1 Facebook post that generated: 33,800 total reach, 150 total engagement, 11,500 video views

What did we learn from the activity?

- Meeting journalists and influencers in person is important to reinforce the relationship with the media target and support the communication of the Board in Italy
- The collaboration with experts is fundamental to create an authoritative content
- A creative idea and the attention to details is key to stupefy the guests: an unusual experience is great to deliver at best the messages of the versatility and quality of California Prunes

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility



Italia a Tavola

Prugne della California protagoniste... nel bicchiere: perfette per i cocktail

Le Prugne della California confermano ancora una volta la loro versatilità, diventando l'ingrediente perfetto per i cocktail creati dal mixologist Vincenzo Vitolo insieme al California Prune Board

Che le Prugne della California abbiano tra i tanti punti di forza quello della versatilità non è di certo un mistero. Pochi prodotti possono vantare così tante declinazioni, dentro un'immensa, in un bicchiere con le loro sensazioni, in un dolce, ma anche in una portata principale, magari di carne. Insomma, ce n'è davvero per tutti i gusti e a confermarlo ci ha pensato Vincenzo Vitolo, mixologist classe 1991, già vincitore di diversi premi a livello nazionale e internazionale, che insieme al California Prune Board - che dal 1952 rappresenta coltivatori e confezionatori di prugne provenienti dalla California - ha dato vita a due cocktail speciali: uno alcolico e uno analcolico, che hanno le Prugne della California come protagonista.



Prugne della California protagoniste anche nei cocktail



ESTHER RITSON-ELLIOTT
Dir. Marketing California Prune Board



prugne_della_california
#neverdull - NEVER TOO MUCH (NEVER DULL REMIX)

prugne_della_california Mixology Night by Prugne della California: l'esperienza di degustazione in compagnia del mixologist @vitolovincenzo e del profumiere Cristian Calabro @c.c.fragrances 🍷

Mixologia e profumeria sono arti che richiedono passione, creatività e attenzione ai dettagli e in cui la qualità della materia prima è essenziale per ottenere il perfetto equilibrio di sapori e odori. E se si fosse un ingrediente in grado di coniugare sapori e profumi in modo unico e originale? Ecco cosa succede quando gusto e olfatto si combinano con le Prugne della California 🍷

† Tamazza Palestro @ttrazzapalestro
#californiaprunes #prugnedelacalifornia #mixologynight
2 voti

costanzacalvini Serata molto piacevole, grazie!
2 voti Mi piace: 1 Rispondi

Visualizza le risposte (1)

alesimtro 🍷
2 voti Mi piace: 1 Rispondi

Plac e peperoni_e_palate e altri 67
MEGANO 12

Consumer



RiminiWellness



Italy, June 2023

Reinforce California Prunes health benefit and awareness among the fitness and sport lovers target by renewing the partnership with RiminiWellness, the world's biggest event devoted to fitness well-being, sport, physical culture and healthy eating with a high-visibility program during the fair.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 120,000 unique visitors in the 4-days of exhibition and 270,000 entrances to the 4-days of exhibition
- 1,600 participants to 53 California Prunes Stage lessons
- 9,000 California Prunes samples and 10,000 flyers distributed
- 2 consumer and 1 trade press releases: 25 articles, Total Reach: 4,084,808 and Total AVE: \$ 105,372
- 122 Instagram Stories during the 4-days of event for a total of 11,346 views
- 2 Instagram and Facebook posts and 1 Instagram and Facebook reel that generated: 34,560 total reach, 1,551 total engagement, 5,436 video views
- 2 reels posted on Veronica Contratti and Mattia Coppini IG Feed generated 39,923 total views, 35,454 total reach, 883 total engagement
- More than 20 Instagram Stories posted on talent's Instagram channels during the 4-days of event for a total of 85,243 views and 920 California Prunes tags

What did we learn from the activity?

- Being present at big events like RiminiWellness allows to enlarge the community reaching new people in target and consolidate the relationship with consumers already met.
- The sponsorship of the stage confirmed itself being successful. The people participating to the lessons enjoyed very much tasting California Prunes and the gadgets and be part of a live experience
- Choosing the right influencers with a loyal fanbase is key to have more participants involved and engaged in the lessons.

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility



Sampling

Sampling Days – Turin, Rome, Pesaro

Italy, May-June-July 2023

Support the tasting of California Prunes to reach new consumers by letting them experience their premium taste and educate them about their nutritional benefits through 3 waves of sampling days: in the occasion of the International Book Fair in Turin, in June in Rome and in July in Pesaro, a seaside city location.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- 8 days of sampling to consumers in Turin, Rome and in Pesaro
- 17,400 samples distributed
- 17,400 flyers distributed

What did we learn from the activity?

- Sampling activity is key to intercept new consumers and a wide target: the most interested people were women among 35-55 years old
- Trial allowed consumers to taste California Prunes and recognized the high quality
- Most of the people asked how to recognize and purchase California Prunes
- Consumers also asked to have some suggestion on recipes with California Prunes
- Connecting the activity to important events or in holiday locations guarantee a wide reach



PRUGNE DELLA CALIFORNIA: BENESSERE A 360°

Prendersi cura di sé non è mai stato così semplice grazie alle Prugne della California, lo snack naturalmente dolce che bilancia nutrimento e gusto.

Prive di grassi e zuccheri aggiunti ma ricche di vitamine e minerali, le Prugne della California si inseriscono perfettamente nella quotidianità di grandi e piccoli assicurando uno stile di vita sano ed equilibrato. Sono quello di cui hai bisogno per un benessere senza età! Che ne dici di provarle?

I BENEFICI DELLE PRUGNE DELLA CALIFORNIA

SALUTE DELLE OSSA
Contengono sostanze nutritive che influenzano la salute delle ossa, tra cui vitamina K e manganese.

ZERO GRASSI
Non contengono grassi e neppure grassi saturi. Un migliore consumo di grassi saturi contribuisce a mantenere livelli normali di colesterolo nel sangue.

SALUTE DELL'INTESTINO
100g di prugne al giorno aiutano la regolarità intestinale.

ZERO ZUCCHERI AGGIUNTI
Con meno di 100 calorie a porzione (4-5 prugne corrispondono a 20g), le Prugne della California sono buone, dolci e contengono solo zuccheri naturali.

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility

Consumer



Market Research

Italy, June 2023

Just over 1000 interviews were conducted amongst individuals responsible for grocery shopping within their households to measure the effectiveness of CPB's marketing activities and their impact on consumer attitudes and behaviour.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- Prunes remain one of the most popular dried fruit in Italy due to the perception they are a healthy snack
- Prune purchase intent has also remained strong
- Frequency of consuming prunes has dropped from the all-time highs seen in the early stage of the COVID-19 pandemic
- Prunes are still seen more as a snack than an ingredient
- As potential consequence of shifts in the political climate that have generated greater nationalistic sentiment among consumers, when asked which country produces the best prunes, incidence of naming "California/USA" has dropped somewhat, with a greater number crediting Italy

What did we learn from the activity?

- CPB should continue to promote key messages surrounding California Prunes – "quality", "taste" and "health" – which are still the key factors that shoppers take into account when deciding to buy prunes
- CPB should continue to educate and promote alternative uses for prunes – as an ingredient or added to other items
- CPB should continue to monitor consumer perceptions regarding the sugar and "hidden sugar content"

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility

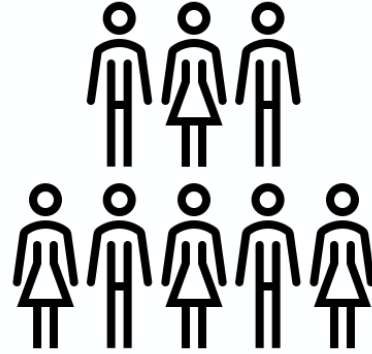


Traditional and Digital Media Activity this quarter (Earned + Paid for)



Output

*We've published **33** consumer articles this quarter*



Reach

*Our coverage has been seen by over **15,573,036***



AVE

*We've managed to gain excellent levels of value for CPB, **\$ 805,818***

Social Media Activity this quarter (Boosted + Organic)



Number of posts

*We've published **48** posts this quarter*



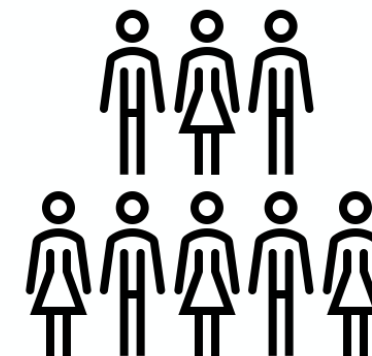
Followers

*The number of our dedicated followers has increased by **2,725** since the start of the activity year*



Total (Comments, Likes and Shares)

*Our content has proved to be very popular in the last 3 months, with over **222,955***



Reach

*Our social posts have been seen by over **916,596***



Engagement Rate

*Our levels of engagement this quarter have been good, hitting **24,3%***



Marketing Activities

Review of Quarter:
HCP (Healthcare Professionals)
Activity





22/23 HCP strategy

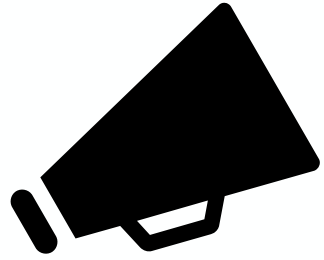


Communicate the health benefits of California Prunes to Healthcare Professionals (HCPs), in particular the bone and gut health messages, via e-newsletters and specialist media

Activities include:

- PR and media relations (joint coverage with EU)
- Collaboration with Annamaria Acquaviva
- E-Newsletters

Traditional and Digital Media Activity this quarter (Earned HCP Trade media) Combined EU/UK for PR activities



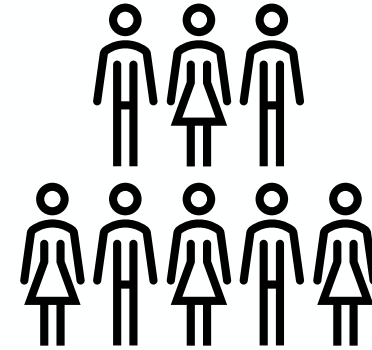
Output

*We've published **seven** articles this quarter*



AVE

*We've managed to gain excellent levels of value for CPB , with equivalent advertising value of **\$821,000+***



Reach

*Bone-health focused coverage has reached **more than eight million** site visitors to three key publications*

HCP



Collaboration with Annamaria Acquaviva



Italy, May – July 2023

The ongoing collaboration with Dietitian Annamaria Acquaviva plays a crucial role in lending professional authority to the California Prune Board's communication efforts in Italy, catering to consumers, trade, and healthcare professionals (HCPs).

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- Contribution to 1 consumer press releases dedicated to children nutrition for a total reach of 10,500 and AVE \$5,950 (results on going)
- Contribution to 1 consumer press releases dedicated to RiminiWellness for a total reach of 14,100 and AVE \$ 7,450
- 3 video pill for social media dedicated to sport and nutrition generated 3 posts on Facebook, 3 post on Instagram and 5 Instagram Stories for a total reach of 88,766, a total engagement of 31,659
- Consultancy and quote for an English press release on male nutrition

What did we learn from the activity?

- Annamaria Acquaviva serves as a crucial reference point for the presence of the California Prune Board in Italy, providing added value to all media targets.
- The expertise of a professional like Annamaria Acquaviva adds value not only in creating media-targeted communications but also in developing digital content to directly engage with consumers.

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility



HCP E-Newsletters

KPI	Annual Goal	Quantity / %	Q1	Q2	Q3	Q4	Current running average and trend towards Goal
Open Rate (Percentage of recipients who opened the E-Newsletter email)	Maintain the average opening rate across the E-Newsletters	24.5%	31.75%	n/a	31.67%	n/a	31.71 % +7.21%
Number of E-Newsletters sent throughout the year	Deliver at least 2 within 22/23	2	1	n/a	1	n/a	2
Number of HCP Contacts	To show an increase (new goal for 22/23)	64 (at time of sending the Q1 newsletter)	64	n/a	62	n/a	62 at end July

Marketing Activities:

FAS Liaison



FAS Liaison



Liaison with FAS, Italy



Italy, June 2023

In conjunction with FAS Italy, California Prunes (Europe) were invited to join a VIP 4th July Independence Day celebration in Rome.

Held at Villa Taverna, this prestigious annual event is seen as the 'Invitation of the season'. We were honored to join the welcome reception, connecting with guests and heard an address from The Chargé d'Affaires. We were pleased to arrange California Prune delicious sample packs for guests and our California Prune logo featured on the event branding.

What was the actual outcome?

- It was a great opportunity to keep a good relationship with the ATO in such a key market for California Prunes
- During the visit Esther Ritson-Elliott visited the ATO office to update the team on California Prunes activities and to discuss plans for 2023/24.

FAS Liaison

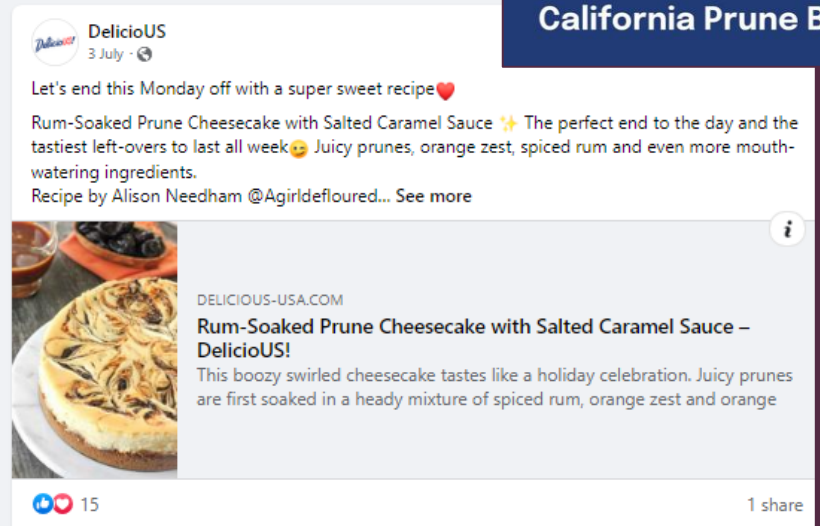
Liaison with FAS, Germany



EU, May 2022 – July 2023



Takeover with California Prune Board



In conjunction with FAS Germany, we have continued to be featured within the ‘Delicious USA’ project. This quarter we have tested a week-long social media “takeover” where we were given the opportunity to develop content that would be featured on the *DelicioUS!* social media channels for a whole week and including National Prune Day on June 15th.

What was the actual outcome? (what results did we achieve, and how do they contribute to overall goals)

- We were featured in **38 Instagram** stories and **5 Instagram** posts (2219 reach)
- We were also featured in **4 Facebook** posts (3855 reach)
- **What did we learn from the activity?**
- Through having an engaged and positive relationship with FAS Germany, we can gain good levels of digital traction and brand awareness at no cost except staff time

CPB Brand Pillar(s) addressed			
Health	Quality	Taste	Versatility



Marketing Activities: New Assets



New Assets uploaded to Chorus

MAY 23 – JULY 23

Italy Assets in Smart Collection:

Press Releases:

- Mixology trend: signature cocktails with California Prunes for a unique multi-sensory experience (Consumer)
- Mixology trend: signature cocktails with California Prunes for a unique multi-sensory experience (Trade)
- California Prunes stars at RiminiWellness 2023
- Great success of the California Prunes “active stage” at RiminiWellness 2023
- Excellent sizes expected for California Prunes
- Summer just around the corner? Mattia Coppini and Veronica Contratti’s perfect workout with California Prunes
- Delicious summer dessert? The recipe for frozen yogurt lollipops with mint and California Prunes
- Children and food: how to promote a healthy diet

Recipes and Food Images/Videos:

- Vanilla semifreddo with strawberries and California Prunes by Teresa Balzano
- Cream of arugula with black crepes, spicy cuttlefish and California Prunes by Teresa Balzano
- Cream of feta cheese with olives, California Prunes and baked lemon by Teresa Balzano
- Yogurt ice cream with California Prunes by Sonia Peronaci

Branding assets:

- Mixology Night - images and videos
- Active Squad - Contents by Valeria Airoidi, Sara Caulfield





Outcomes/Results



Outcomes/Results - Trade Goals



	UES Benchmark/ Year	21/22 Result	22/23 Goal	Q1	Q2	Q3	Q4	Year to Date
Trade								
EU trade (importers, distributors, wholesalers, retailers) are not aware/convinced of how California Prunes can add value to their business, as they're unaware of their premium quality, taste and health advantages								
Performance Measures (as per UES/Notification):								
% average opening rate of CPB's Direct Marketing Emails by trade recipients	23% 2020/21	34.8%	24.5%	N/A	33.05%	N/A	39.22%	36%
Estimated media value coverage achieved, per \$ invested <i>based on total organic PR AVE achieved / Trade PR fee</i>	1 : \$2,70 2020/21	1 : \$3.46	1 : \$2.80	N/A	N/A	N/A	N/A	1 : \$2.82
Activity Levels (as per UES/Notification PLUS Market Plans):								
Reach trade contacts within trade-focused publications, with all pieces of coverage including branding for California Prunes (exc any paid for)	600,000 2021/22	1,189,267	600,000 impressions	164,337	218,411	513,444	393,658	1,289,850
Estimated media value (AVE) of coverage achieved	\$180,000 2021/22	\$332,716	\$180,000	\$51,230	\$60,740	\$76,213	\$95,767	\$283,950
CPB to attend a major EU tradeshow	1 2021/22	1	2	1 - SIAL	N/A	1 - TUTTOFOOD	N/A	2

Outcomes/Results – Consumer Goals



	UES Benchmark/ Year	21/22 Result	22/23 Goal	Q1	Q2	Q3	Q4	Year to Date
Consumer								
Amongst Italian consumers, there is a lack of awareness of California Prunes, their taste, quality advantage, health benefits and versatility								
Activity Levels (as per UES/Notification PLUS Market Plans):								
Media coverage will reach Italian consumers (and only count where the activity mentions California Prunes) Consumer	20,000,000 2021/22	26,121,976	20,000,000	4,257,128	6,049,136	6,165,996	15,573,036	32,045,296
Estimated media value (AVE) of coverage achieved	\$1,500,000 2021/22	\$1,867,172	\$1,300,000	\$297,661	\$ 328,051	\$ 383,871	\$ 805,818	\$1,815,401
Generate reach across Social media that reach Italian consumers (and only counted where the activity mentions California Prunes) excluding influencers	2,000,000 2021/22	4,271,412	2,000,000 impressions	513,099	2,303,346	617,694	916,596	4,350,735
Engagement rate of social media posts (excluding influencers)	15% 2021/22	35%	20%	30%	111%	109%	24.3%	53%
Generate reach across Social media that reach Italian consumers (and only counted where the activity mentions California Prunes) influencers only	To be set	N/A	1,000,000	878,130	1,279,216	966,759	288,959	3,413,064
Engagement rate of social media posts (influencers only)	To be set	N/A	20%	64%	60%	51%	89%	71%

Outcomes/Results – Consumer Goals



	UES Benchmark/ Year	21/22 Result	22/23 Goal	Q1	Q2	Q3	Q4	Year to Date
Consumer								
Amongst Italian consumers, there is a lack of awareness of California Prunes, their taste, quality advantage, health benefits and versatility								
Activity Levels (as per UES/Notification PLUS Market Plans):								
Italian consumers will be delighted with the delicious taste of California Prunes, through eating a free sample	20,000 2021/22	29,000	20,000	N/A	660	6,400	26,400	33,460
Integration of the activity will generate visits to the California Prunes website (unique visitors)	70,000 2021/22	53,288	40,000	5,022	14,994	14,466	22,975	57,457

Outcomes/Results – HCP Goals

Combined UK/EU for PR activities/Newsletter emails results done separately in each market



	UES Benchmark/ Year	21/22 Result	22/23 Goal	Q1	Q2	Q3	Q4	Year to Date
HCP								
Market Plan Goals:								
%age opening rate of CPB's Direct Marketing Emails by HCP recipients	17% 2021/22	30.25%	24.5%	31.75%	N/A	31.67%	N/A	31.71%
Drive readership of our existing archive of newsletters and publish new developments in a timely manner	2 per year 2021/22	2	2 per year	1	n/a	1	n/a	2
Reach HCPs through media relations (e.g. trade press releases published by specialist HCP publications (print and digital) Joint UK /Italy	500,000 2021/22	4,309,000	4,500,000	4,095,000	1,771,000	1,910,000	8,881,800	16,657,800
Estimated media value (AVE) of coverage achieved	Baseline to be set	N/A	\$450,000	\$378,787	\$163,816	\$176,675	\$821,564	\$1,540,842