

IL CONSORZIO PER LA TUTELA DEL FORMAGGIO PECORINO ROMANO APRE GARA DA 3 MLN PER UN PROGETTO DI INFOR

Le attività di comunicazione sono legate al Programma d'informazione e promozione di durata triennale (2021 – 2022- 2023) per l'Italia e la Germania e comprendono: Pubbliche relazioni, Web site, Social media, Advertising, Communication tools, Eventi e altre iniziative. La Durata del Programma è di 36 mesi (3 fasi annuali), con avvio indicativo al 1 febbraio 2021.

Il Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano ha pubblicato un bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di una struttura per la realizzazione delle attività rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del Programma d'informazione e promozione di durata triennale (2021 – 2022- 2023) per l'Italia e la Germania.

Come indica il bando, l'Italia costituisce il 30% del mercato complessivo per il Pecorino Romano DOP. Il consumo è, però, molto concentrato su alcune Regioni italiane dell'area centro-meridionale. Inoltre, il grado di conoscenza verso le caratteristiche del prodotto e del suo ciclo produttivo risulta comunque estremamente limitato. In assenza di rilevanti campagne informative attualmente in corso, il progetto intende:

Informare i consumatori sulle caratteristiche del prodotto e sul suo ciclo di produzione

Diffondere il consumo del prodotto su tutto il territorio nazionale

La Germania è un mercato storicamente orientato verso il prezzo, a discapito della qualità del prodotto. Tale orientamento del mercato risulta particolarmente sfavorevole per i prodotti europei a marchio DOP, che sono caratterizzati da un livello qualitativo superiore, ma che presentano al contempo un prezzo superiore.

D'altra parte, sul mercato tedesco è presente una fitta e consolidata rete Ho.Re.Ca. che può essere lo strumento per una promozione specificamente rivolta a un target di consumatori finali maggiormente interessato a prodotti di qualità superiore, pertanto più recettivi a tematiche come la sostenibilità, la tipicità e la salubrità che caratterizzano i prodotti a marchio DOP. In questo mercato il progetto intende:

Informare i consumatori sulle caratteristiche del prodotto e sul suo ciclo di produzione

Promuovere un consumo più consapevole sulle caratteristiche qualitative del prodotto e meno pricesensitive.

Le strutture che parteciperanno al bando dovranno presentare un corpus di attività e iniziative (informative e promozionali) che si sviluppa intorno a una strategia orientata ai mercati e ai gruppi target, finalizzata al raggiungimento degli obiettivi indicati e coerente con la durata prevista e le risorse finanziarie messe a disposizione.

Le proposte dovranno prevedere: Pubbliche relazioni, Web site, Social media, Advertising, Communication tools, Eventi e Altre attività. La Durata del Programma è di 36 mesi (3 fasi annuali), con avvio indicativo al 1 febbraio 2021. Il Budget è di 2.910.000,00 oltre IVA, così ripartito: ITALIA 70%, GERMANIA 30%. Le domande di partecipazione dovranno pervenire entro venerdì 7 febbraio 2020 alle ore 12.00.

[IL CONSORZIO PER LA TUTELA DEL FORMAGGIO PECORINO ROMANO APRE GARA DA 3 MLN PER UN PROGETTO DI INFOR]