

**PSR 2014-2020 – MISURA 3.2.01 REGIONE EMILIA-ROMAGNA
ATTIVITA' DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DA GRUPPI DI PRODUTTORI
SUI MERCATI INTERNI
BENEFICIARIO DEL SOSTEGNO: PER LA TUTELA DEL FORMAGGIO GRANA
PADANO**

IMPORTO DELLA SPESA AMMESSA: EURO 50.000,00

IMPORTO DEL SOSTEGNO AMMESSO: EURO 35.000,00

Breve descrizione dell'intervento

Analizzando la situazione economica del mercato nazionale del 2015, nella categoria dei formaggi duri spiccano le difficoltà del Grana Padano DOP a fronte di una situazione nettamente migliore dei così detti “similgrana”, ovvero formaggi duri non a marchio DOP, che trovano un riscontro positivo sugli scaffali della GDO per la competitività sul prezzo.

La ripresa economica che lentamente sta iniziando anche nel nostro paese potrà avere effetti positivi sui consumi interni e le previsioni nel medio termine da parte di Nomisma sono prudenzialmente migliorative, tali da giustificare **il rafforzamento delle azioni di comunicazione per la promozione del Grana Padano DOP.**

Obiettivi, strategia e target di interesse dell'intervento

L'obiettivo del Progetto è quello di ottenere un miglioramento della conoscenza del formaggio Grana Padano DOP e di conseguenza del trend di vendita nel contesto nazionale.

La strategia del Consorzio è quella di aumentare e migliorare le proprie iniziative promozionali in funzione della ripresa dell'economia nel mercato italiano, attuando azioni volte alla:

- Promozione ed informazione nei confronti del consumatore e degli operatori del settore;
- Informazione in merito all'esistenza, il significato ed i vantaggi del regime di qualità e sulle caratteristiche nutrizionali del prodotto Grana Padano DOP;
- Informazione, nei confronti del consumatore, in merito alla positiva ricaduta ambientale delle produzioni ottenute con tecniche rispettose dell'ambiente;
- Favorire l'integrazione di filiera.

Il target di interesse è rappresentato dai consumatori di formaggio grana e simili, dei quali una delle componenti più importanti risulta essere la categoria **delle giovani famiglie**, che allo stesso tempo è quella più propensa al cambio marca; ma è anche molto attenta all'alimentazione e ai prodotti a marchio di qualità.

Attività

Per incontrare e incidere sulle preferenze del target di interesse, il Consorzio attiverà le seguenti attività:

- partecipazione alla manifestazione **Meeting di Rimini 2016**, manifestazione capace di attirare l'interesse di **migliaia di giovani**, nella quale il Consorzio Grana Padano DOP riuscirà a pianificare un'azione di presenza istituzionale e promozionale per poter interagire con il pubblico.
- realizzazione di **incontri e seminari** di informazione e promozione dedicati alle **famiglie** che si svolgeranno in un contesto rurale e accogliente e saranno un momento di convivialità e tranquillità all'interno di una struttura produttiva agricola a diretto contatto, quindi, con la natura ed i prodotti del territorio Emiliano.