

INVITO A PROCEDURA NEGOZIATA SENZA PREVIA PUBBLICAZIONE DEL BANDO DI GARA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI VALUTAZIONE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEL MERCATO INTERNO DENOMINATO “EUROPEAN FRUIT AND VEGETABLES – YOUR FRESH CHOICE!” – ACRONIMO “EU FRESH CHOICE IM” – ID N° 101020765

ALLEGATO 1

INDICATORI DI IMPATTO ECONOMICO

La misurazione dell’impatto economico dell’azione verrà effettuata con riferimento alle variazioni del livello di importazioni e/o consumi di frutta e verdura italiane da parte dei quattro mercati target. Non ci si dovrà limitare ad un confronto temporale del valore delle importazioni e consumi prima e dopo la campagna promozionale, ma si dovrà tenere anche conto delle tendenze in atto sui mercati di riferimento. Il primo obiettivo consiste nel recuperare il calo di export ortofrutticolo italiano in Francia, Germania e Spagna e il calo di consumo di frutta e verdura autoctona in Italia che è stato stimato complessivamente in un -5,07%.

Il secondo obiettivo consiste nel raggiungere un realistico aumento di vendite (export in Francia, Germania e Spagna ed aumento del consumo di prodotti ortofrutticoli autoctoni in Italia) dello 0,29% entro la fine del 2021 (vs. 2019) e, più in particolare, del 2,08% in Francia, dello 0,87% in Germania, dello 0,09% in Italia e dell’1,03% in Spagna.

	Without the Programme (current growth rate)	With the Programme (boosted growth rate)	
Vegetables, potatoes and fruit (code 0701-0709 and 0801-0810) 2023 vs 2019	0.16%	Conservative projection	Realistic projection
		0.23%	0.29%
ROI	N.A.	12.68	15.85

In assenza dell’Azione proposta dal raggruppamento Terra Orti, A.O.A. e La Deliziosa, l’export verso Francia, Germania, Spagna e la vendita in Italia di prodotti ortofrutticoli italiani dovrebbe far registrare un lieve aumento del 0,16% entro la fine del 2021 (rispetto al 2019). Il ritorno alla crescita dal 2021 (salvo nuovi lockdown) è abbastanza prevedibile considerando che frutta e verdura italiane hanno già una importante quota di mercato in Italia e nei 3 paesi UE target dell’Azione. Con l’Azione proposta, l’export sommato alle vendite sul mercato italiano dovrebbe ricevere un incremento da un minimo di 0,23% (proiezione conservativa) ad un più probabile +0,29% (proiezione realistica).

INDICATORI DI REALIZZAZIONE, RISULTATO E IMPATTO SUL RICONOSCIMENTO DEL PRODOTTO NEI MERCATI TARGET

ATTIVITA’	TIPO INDICATORE	INDICATORE	QUANTITA’
3.1 Creazione e aggiornamento Portale & SEO	Realizzazione	Portale	1 + 4 estensioni
	Risultato	Numero di visualizzazioni (<i>views / impressions</i>) / Utenti intercettati (<i>reach</i>)	320.000
	Impatto	Numero di utenti effettivamente raggiunti / Conoscenza	64.000
3.2 Gestione Social Media	Realizzazione	Numero social media attivati e gestiti	3 social media / Paese = 12
	Realizzazione	Numero di contenuti prodotti e pubblicati	480
	Risultato	Numero di visualizzazioni dei contenuti pubblicati (<i>views / impressions / interactions</i>) / Utenti intercettati (<i>reach</i>)	2.400.000

	Impatto	Numero di utenti effettivamente raggiunti/Conoscenza	480.000
4.1 Pubblicità Social Media	Realizzazione	Numero di ads pubblicati	12 / Paese = 48
	Risultato	Numero di <i>impressions</i> / Utenti intercettati(<i>reach</i>)	2.000.000
	Risultato	Numero di YouTube views	80.000
	Impatto	Numero di utenti effettivamente raggiunti/Conoscenza	560.000
4.2 Pubblicità online/offline	Realizzazione	Pubblicazioni in riviste digitali e/o blog specializzate/i nel food	8
	Risultato	Consumatori intercettati da pubblicazioni su riviste digitali / blog (<i>reach</i>)	1.500.000
	Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	300.000
6.1 Attività permanenti di relazioni pubbliche e ufficio stampa	Realizzazione	Attività di PR e ufficio stampa	4 mailing list, 1 press kit in 4 versioni linguistiche, 1 book contenuti in 4 versioni linguistiche, 16 comunicati stampa
	Risultato	Articoli online / offline e post pubblicati	1.200
	Risultato	Numero di opinionisti intercettati tramite comunicati stampa e press kit (<i>reach</i>) – inclusivo di risultato attività 6.2	1.200
	Risultato	Consumatori intercettati tramite articoli e post pubblicati (<i>reach</i>) – inclusivo di risultato attività 6.2	2.400.000
	Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti/Conoscenza – inclusivo di impatto attività 6.2	480
	Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza - inclusivo di impatto attività 6.2	480.000
6.2 Eventi stampa	Realizzazione	Eventi stampa	4
	Risultato	Articoli online / offline e post pubblicati	400
	Risultato	Numero di opinionisti partecipanti agli eventi	320
	Impatto	Numero di opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	320
6.3 Blogger / Journalist / Chef Outreach Programme	Realizzazione	Blogger / giornalisti / chef contattati da short list	200
	Realizzazione	Numero di blogger / giornalisti / chef coinvolti e numero di concorsi a premi organizzati	16
	Risultato	Contenuti generati e pubblicati	800
	Risultato	Numero di consumatori intercettati dai concorsi a premio e dai contenuti pubblicati (<i>reach</i>)	1.200.000
	Impatto	Numero di blogger / giornalisti / chef effettivamente raggiunti/Conoscenza	80

	Impatto	Numero di consumatori effettivamente raggiunti/Conoscenza	240.000
7 Fiere di settore	Realizzazione	Partecipazioni manifestazioni fieristiche	2
	Risultato	Professionisti della distribuzione e del canale HoReCa intercettati tramite stand e programmi cooking sessions (<i>reach</i>) – 10% dei visitatori	8.800
	Risultato	Opinionisti intercettati tramite stand e programmi cooking sessions (<i>reach</i>)	400
	Impatto	Professionisti della distribuzione e del Canale HoReCa effettivamente raggiunti / Conoscenza	2.200
	Impatto	Opinionisti effettivamente raggiunti / Conoscenza	160