

Progetto Asparago SRG10 2024-2025

Il Progetto sarà realizzato nei mercati italiano e tedesco.

Il progetto persegue due obiettivi generali:

- OS3 Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena di valore;
- OS9 Migliorare la risposta dell'agricoltura dell'Unione alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi gli alimenti di qualità elevata, sani e nutrienti prodotti in maniera sostenibile, la riduzione degli sprechi alimentari.

Sia il primo che il secondo obiettivo saranno perseguiti attraverso un **progetto che mette in evidenza le caratteristiche uniche del prodotto IGP valorizzandone l'aspetto gourmet.**

Saranno gli stessi produttori **a parlare in prima persona delle caratteristiche dei prodotti, della loro storia, dell'impegno e del sacrificio di ogni giorno per raggiungere i risultati produttivi.**

Gli obiettivi specifici del progetto, infatti, sono:

- Rafforzare l'immagine del prodotto Asparago Verde di Altedo IGP;
- Aumentare la quota di consumo del gruppo termine per favorire i consumi

Il piano di comunicazione prevede la realizzazione di **contenuti valoriali, contenuti visivi e informazioni dirette** che saranno veicolate attraverso i più efficienti strumenti media scelti dopo accurata valutazione dell'efficacia, in funzione degli obiettivi di progetto. L'azione promozionale metterà in evidenza il prodotto e le sue caratteristiche, il disciplinare di produzione, il legame storico con il territorio vocato, le tecniche agronomiche e di difesa finalizzate a limitare l'impatto ambientale, il valore del lavoro, stagione dopo stagione, per ottenere l'eccellenza qualitativa che contraddistingue il prodotto IGP. I consigli nutrizionali e d'utilizzo dell'Asparago verde di Altedo IGP. Le strategie anti-spreco.

L'insieme di questi contenuti saranno veicolati attraverso newsletter e schede grafiche, canali social dedicati (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube. Sarà realizzato uno spot emozionale diffuso su YouTube e grandi eventi sul territorio di produzione per far toccare con mano a giornalisti, stakeholder, buyer, opinion leader, il valore della produzione.

Target responsabili acquisto e buyer GDO e Horeca: Il linguaggio di comunicazione e gli strumenti utilizzati nel progetto saranno pensati principalmente per il target responsabili acquisto e, buyers e operatori del settore food, dalla GDO all'Horeca al Food Service