

Passioni Radicate

NEL REPARTO DEL FRESCO, CI SONO INCONTRI CHE FRUTTANO. CON NATURITALIA.



Isacco Minarelli
Budrio (FE)



C'è
Gigi Filare
sempre pronto
a spiegare.

IL PRODUTTORE IN STORE

Al via l'iniziativa di Naturitalia che porta gli agricoltori nei reparti ortofrutta della grande distribuzione.

LO SCENARIO

Naturitalia distribuisce i prodotti ortofrutticoli freschi coltivati dalle aziende agricole associate ed è attiva nelle principali aree agricole italiane.

La distribuzione dei prodotti comprende naturalmente l'importante canale della Grande Distribuzione Organizzata, con le sue ampie superfici e gli importanti players coinvolti, che oggi vive l'urgenza di una trasformazione e di un cambio di paradigma nel rapporto con il cliente e con la crisi dei consumi.

Naturitalia può portare un contributo concreto per creare un valore ingaggiante all'interno dell'area ortofrutta e trovare un linguaggio nuovo, attuale ed empatico con i bisogni dei clienti. In questo contesto si inserisce la presenza dell'agricoltore nel punto vendita, che può essere una risposta moderna e attuale ai bisogni del cliente di acquistare informato, di back to basic, di ritorno alla natura. Un'operazione che non solo fa emergere i valori della frutta presente nel punto vendita, ma trasmette trasparenza, vicinanza e crea positività sull'intero sistema.

LA CAMPAGNA "PASSIONI RADICATE"

Da dove proviene la frutta? È italiana? Quando è stata raccolta e come è stata coltivata? Queste sono alcune delle frequenti domande che il consumatore si pone ogni volta che sceglie dove fare la spesa e cosa acquistare. Infatti, trasparenza, legame con il territorio italiano, attaccamento alle radici, origine dell'azienda produttrice, sono valori ricercati e molto apprezzati, soprattutto per i prodotti "freschi", ai quali si affida il compito principale dell'apporto nutritivo.

A queste domande Naturitalia può dare una risposta efficace e rassicurante, portando i suoi produttori a incontrare i consumatori all'interno del reparto ortofrutta delle grandi superfici, per spiegare la provenienza dei prodotti e testimoniare, attraverso la loro presenza, la passione per la qualità e per una professione svolta con dedizione e attaccamento.

La campagna "Passioni radicate" si svilupperà su alcuni media e in particolare all'interno del punto vendita, perché è il luogo più adatto per trasmetterle al consumatore. Qui, infatti, il cliente tende a sottovalutare il reale valore della frutta e nessun altro meglio di chi la produce può testimoniare la qualità e far crescere la fiducia.

Poster e locandine, totem e rotair annunceranno al grande pubblico l'evento e avranno il compito di delimitare l'area di azione del produttore, pronto per interagire con i clienti e a raccontare tutta la sua esperienza, la sua professionalità e le sue, appunto, "passioni radicate".

Oltre all'impiego degli agricoltori, è stato creato un personaggio icona della campagna chiamato Gigi Filare; il personaggio sarà presente nei materiali di comunicazione ed in un apposito sito internet della campagna all'indirizzo web www.gigifilare.it.

Nel periodo estivo, la campagna di comunicazione si concentrerà su alcune delle principali produzioni di stagione del sistema Naturitalia come pesche e nettarine, mentre nella stagione autunnale ed invernale la campagna si concentrerà principalmente sulle produzioni di pere, kiwi e patate.

Si prevede di realizzare le prime attività di promozione al consumatore nei mesi di luglio ed agosto nei punti vendita della Distribuzione Organizzata, principalmente nei grandi centri urbani del Nord Italia e nelle località turistiche.