COMUNICAZIONE FOOD

Terra Orti capofila anche della nuova campagna “I love Fruit and Veg from Europe” per il Regno Unito

Pubblicato 1 giorno fa

Gran Café paulista
100% SELEÇÃO DE ARÁBICA DO BRASIL
Nel miglior ufficio che esista, si beve Gran Café Paulista.
blue
SCOPRI DI PIÙ

La Commissione Europea ha approvato il programma triennale di informazione e di promozione denominato *“European Fruit and Vegetables: Your Fresh and Sustainable Choice*!” presentato dalle **Organizzazioni Produttori A.O.A., Asso Fruit Italia, Pignataro**, **Terra Orti (**capofila) e destinato al mercato del **Regno Unito.**

La campagna informativa e promozionale si aggiunge alle altre due campagne “I LOVE FRUIT AND VEG FROM EUROPE” tuttora in corso, sempre cofinanziate dalla commissione europea, e realizzata da tre organizzazioni di produttori italiani, **Terra Orti** (capofila del progetto), **A.O.A.** e **La Deliziosa**.

OFF
SALE SALE SALE
04
Stampa con Pixartprinting
Pixartprinting

Le campagne in corso, impiantate secondo strategie multicanali, hanno già sviluppato diverse iniziative digitali e in presenza. Nonostante la fase pandemica, sono stati infatti realizzati lungo tutto il 2021 incontri con la stampa internazionale nei vari mercati target: in **Italia**, in **Spagna** e in **Francia**.

I prossimi eventi per incontrare giornalisti ed influencer di settore sono previsti tra febbraio e marzo 2022 a **Berlino**, **Oslo** e **Zurigo**.
Significativa è stata la presenza in fiere internazionali come il **Cibus di Parma** e **Fruit Attraction di Madrid**. Il progetto sarà prossimamente presente ad Aprile 2022 sia al **Fruit Logistica** a **Berlino, sia al VeggyWorld a Zurigo**.

OFF
SALE SALE SALE
04
Stampa con Pixartprinting
Pixartprinting

Il nuovo progetto approvato riguarda il mercato inglese, particolarmente interessante per le potenzialità che esprime in termini di interesse verso il consumo di frutta e verdura come si evince da diverse azioni messe in campo per favorirne l’utilizzo nella dieta giornaliera. Nel Regno Unito hanno infatti molto valore linee guida come la *Eatwell Guide* del 2016 e la *“A Quick Guide to the Government’s Healthy Eating Recommendations”* del 2018 rivolta ai più giovani, basata anche sulle indicazioni dell’Organizzazione Mondiale della Sanità.

L’Unione Europea detiene oltre il 50% della fetta di mercato in considerazione dei prodotti ortofrutticoli importati dal Regno Unito, e l’Italia con tutto il paniere più importante d’Europa di prodotti Bio, IGP, DOP è sicuramente al centro dell’interesse inglese nella scelta di frutta e verdura di qualità.

La campagna con il messaggio “**I Love Fruit & Veg from Europe. I choose Fresh & Fair!** mira proprio ad inserirsi in questo trend inglese di attenzione alla freschezza, alla qualità, alla sicurezza e alla sostenibilità produttiva dei prodotti ortofrutticoli.

I motori si stanno riscaldando, la campagna partirà ufficialmente a settembre 2022 a **Londra** alla prossima edizione di **Specialty Fine Food London** e con gli eventi stampa che toccheranno oltre Londra, anche **Southampton, Bristol e Manchester** città eleganti e ricche, dove l'attenzione alla buona alimentazione è una tendenza da incentivare attraverso i canali media più accreditati.

Notevoli saranno anche tutte le innovative attività digitali per la rapida e gradevole diffusione e fruizione di contenuti informativi approfonditi, dalle pillole nutrizionali alle ricette per valorizzare al meglio i prodotti ortofrutticoli.

Siamo fieri che Terra Orti – afferma **Alfonso Esposito presidente della Organizzazione Produttori capofila –** *abbia l'opportunità di essere in un ulteriore mercato oltre i sei paesi europei sui quali già è attivo il programma* **"I LOVE FRUIT AND VEG FROM EUROPE"**

È una modalità significativa per promuovere il consumo di frutta e verdura dando valore a tante nostre eccellenze, quali i diversi prodotti *a Indicazione Geografica Protetta (IGP) e Denominazione di Origine Protetta (DOP).* Accrescere i mercati target ci *consente un confronto importante sul panorama internazionale, una apertura sempre più concreta alla promozione e alla valorizzazione, impattando sulle politiche di sviluppo del settore ortofrutticolo fuori dai confini nazionali"*

SALE SALE SALE
treat yourself

pixartprinting Stampa con Pixartprinting
Pixartprinting

Leggi anche:

WORLD CLASS COMPETITION

Torna la competizione di bartending internazionale Diageo Reserve

Carapelli for Art annuncia i vincitori della terza edizione: risultati

beintoo X Venchi

Beintoo converte il vecchio gioco "Snake" in un advergame per

CAMPARI Soda

Campari Group sceglie Microsoft Dynamics 365 Customer Insights

Festeggiamo insieme
una strada lunga
100 anni
EKOM

Ekom Discount festeggia il centenario del Gruppo Sogegross

VitaSnella

Acqua Vitasnella sostiene AIRC. Nuova limited edition per Nastro

ShopFully x Carrefour

Carrefour Italia punta sul digitale con ShopFully: la misurazione

No. 7
JACK DANIEL'S
MAKE IT COUNT

Jack Daniel's presenta 'Make it count', piattaforma globale di

Consorzio Vino Chianti Classico presenta un'innovativa modalità di

Senaf converte Innova Food Tech, l'appuntamento B2B dedicato al

Simone Ridolfi, CEO di Foodys.it: il settore food delivery ha grandi

THE NEW
FOOD COUTURE
VOGUE
CONDÉ NAST
LA CUCINA ITALIANA

Condé Nast Italia debutta nel luxury food con panettoni e pandori di

ASSOLOMBARDA

Undici imprese del territorio di Milano, Monza e Brianza, Lodi e

GRANDE CONCORSO
Melegatti
VINCI LE ECCELLENZE ITALIANE
SCOPRI SUBITO SE HAI VINTO
150
ESTRAZIONE FINALE
3 FIAT 500 IBRIDE

Melegatti lancia il concorso Vinci le Eccellenze italiane

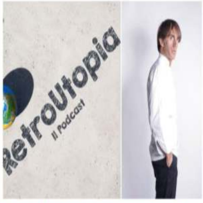
Nasce a Monza Agriparcohub, centro polifunzionale della

Cirio protagonista alla prima edizione del Trofeo al femminile

STELLA ARTOIS

Stella Artois al fianco dei professionisti della ristorazione con

Raspini sostiene Barolo Città del Vino 2021 e il suo "Racconto



Lo chef Davide Oldani protagonista di nuovo podcast 'RetroUtopia',

Lidl Italia ancora presenter partner di Sport Expo per promuovere il

Marco Serafini eletto presidente Anicav

Caffè Pedrocchi compie 190 anni e celebra l'anniversario con una

Napoli pronta ad accogliere il Coca-Cola PizzaVillage@Home, main

BORBONE
BORBONE

Caffè Borbone firma l'espresso 100% amico della natura. Via alla

A Caffè Borbone il "Superior TasteAward 2021" per il terzo anno

Al via il 18 giugno il primo incontro "Sapori in Paradiso": I Salumi DOP

I sorbetti di Tonitto 1939 a The Ocean Race Europe, nuova regata

Pesoforma torna in comunicazione con una campagna social sviluppata

Nasce Consorzio Opi, primo consorzio italiano per la IV gamma

Partnership tra Consorzio Tutela Provolone Valpadana e

In questo articolo:

Altri articoli

Ecco chi sono i 20 concorrenti di MasterChef Italia 11° edizione

foodaffairs.it

Magnum
Paradiso
M

Magnum Paradiso arriva a luglio e chiude l'operazione MagnumXDante

foodaffairs.it

Bufera sullo spot 'Renatino' del Parmigiano Reggiano. Il Consorzio: "Dispiaciuti, lo modificheremo". L'ironia di Crozza

foodaffairs.it

Chi è Valentina Scarnecchia, la food blogger figlia di Beppe Grillo

foodaffairs.it