



Det første året av Euphoria-prosjektet er over Europeisk frukt og grønt av kvalitet erobrer Sveits og Norge

Det første året av prosjektet «Euphoria – Europeisk produksjon av frukt og grønnsaker: en garanti for kvalitet og velvære», ble nettopp avsluttet med en lang promoteringssyklus i Sveits. Hele 161 dager viet promotering av utmerket europeisk frukt og grønt rettet mot sveitsiske forbrukere, beriket av et begivenhetsrikt formativt program rettet mot aktører i bransjen. Her er aktivitetene som ble utført dette året i Sveits og Norge

Teppet går ned for det første året av prosjektet «Euphoria – Europeisk produksjon av frukt og grønnsaker: en garanti for kvalitet og velvære», realisert med bidrag fra Den europeiske union for å promotere unionens utmerkede frukt og grønnsaker hos sluttforbrukere og bransjeaktører i Sveits og Norge.

Tolv måneder med kommunikasjons-, informasjons- og promoteringsaktiviteter som startet første februar 2020 og som har måttet overkomme sanitære, logistiske og menneskelige utfordringer forårsaket av covid-pandemien, har likevel lyktes i målet om å sette spor i hjertene til sveitsiske og norske forbrukere, takket være initiativer utviklet og realisert for å presentere seg fra sin beste side i de to mållandene.

Optimale resultater i Sveits med 161 promoteringsdager realisert i to omganger: den første høsten 2020, som involverte Engrosmarkt og Viadukt i Zürich samt Markthalle i Basel. Den andre ett år senere, som var mer prestisjefyllt ettersom at Engrosmarkt nok en gang var tilstede, og fremfor alt takket være medvirkning fra hele åtte utsalgssteder i den sveitsiske luksuskjeden Globus.

Parallelt med denne siste promoteringsaktiviteten, ble det arrangert formative samlinger i Forbundet, myntet på aktører i bransjen. Importører, aktører i HoReCa-bransjen og kollektiv catering, netthandel, plattformer og GDOs cateringorganisasjoner, cash & carry, markeder og små utsalgssteder fikk muligheten til å oppdage den europeiske frukt-og-grønt-bransjens fortreffelighet gjennom personlige fortellinger fra høyt utdannet personale.

I Norge deltok vi derimot i 84 dager med promotering i utsalgsstedene til kjeden Smak AV Italia, og i Mathallen i Oslo i de varme månedene juli og august.

De aller første formative aktivitetene ble gjort digitalt, etterfulgt av fysiske møter i de påfølgende månedene. På disse møtene deltok kvalifiserte aktører som innkjøpere og kategoriledere i Bama-





Gruppen AS, den største distributøren av frukt og grønt i Norge, og Sana Bona AS, en norsk distributør spesialisert på økologiske varer, som blant annet kan skilte med kunder som Coop Norge.

Men det er ikke alt – når 2022 kommer, starter også de aktivitetene som er planlagt for år nummer to. Disse inkluderer flere promoteringsdager som har til formål å informere sluttbrukere, på samme måte som andre formative og lærerike aktiviteter har vært rettet mot bransjeaktører i begge land.

For å holde deg konstant oppdatert på Euphoria-prosjektets aktiviteter, holder det å besøke nettstedet <https://enjoygoodfood.eu/> og følge prosjektets sider på sosiale medier:

facebook Sveits: <https://www.facebook.com/EnjoyGoodFood.ch/>

instagram Sveits: <https://www.instagram.com/enjoygoodfood.ch/>

facebook Norge: <https://www.facebook.com/EnjoyGoodFood.no/>

instagram Norge: <https://www.instagram.com/enjoygoodfood.no/>





Conclusa la prima annualità del progetto Euphoria L'ortofrutta di qualità europea conquista Svizzera e Norvegia

Si è appena conclusa con un lungo ciclo promozionale in Svizzera la prima annualità del progetto "Euphoria – La produzione europea di ortofrutta: una garanzia di qualità e benessere". Ben 161 giornate dedicate alla promozione delle eccellenze ortofrutticole europee verso il consumatore elvetico, arricchite da un fitto programma di appuntamenti formativi rivolti agli operatori del settore.

Ecco le attività svolte in questa annualità in Svizzera e Norvegia

Cala il sipario sulla prima annualità del progetto Euphoria – La produzione europea di ortofrutta: una garanzia di qualità e benessere", realizzato con il contributo dell'Unione Europea e finalizzato alla promozione, presso il consumatore finale e gli operatori del settore di Svizzera e Norvegia, delle eccellenze ortofrutticole comunitarie.

Dodici mesi di attività di comunicazione, informazione e promozione, iniziate il primo febbraio 2020, che si sono scontrate con le difficoltà sanitarie, logistiche e umane dovute alla pandemia da Covid, ma che sono riuscite comunque nell'obiettivo di fare breccia nel cuore dei consumatori svizzeri e norvegesi grazie ad iniziative pensate e realizzate per presentarsi al meglio nei due paesi target.

Ottimi risultati in Svizzera, con la realizzazione di 161 giornate promozionali realizzate in due tranche: la prima, nell'autunno del 2020, che ha coinvolto l'Engrosmarkt e il Viadukt a Zurigo e la Markthalle a Basilea. La seconda, un anno dopo, di più alto prestigio grazie ad un'ulteriore presenza nell'Engrosmarkt e soprattutto al coinvolgimento di ben 8 punti vendita della catena del lusso elvetica Globus.

Parallelamente a quest'ultima attività promozionale si sono svolti nella Confederazione degli incontri formativi destinati agli operatori del settore. Importatori, distributori, operatori del settore ho.re.ca e della ristorazione collettiva, e-commerce, piattaforme e organizzazioni di approvvigionamento della GDO, cash & carry, mercati e piccoli punti vendita, hanno avuto modo di scoprire, attraverso il racconto di personale altamente formato, l'eccellenza del settore ortofrutticolo europeo.

In Norvegia abbiamo assistito invece, nelle calde settimane di luglio e agosto 2021, allo svolgimento di 84 giornate promozionali nei punti vendita della catena Smak AV Italia e nella Mathallen di Oslo.





Si sono svolti in via telematica i primissimi appuntamenti formativi, ai quali seguiranno incontri in presenza nei prossimi mesi, che hanno visto il coinvolgimento di operatori qualificati come i buyer e category manager di Bama-Gruppen AS, il principale distributore di frutta e verdura in Norvegia, e Sana Bona AS, distributore norvegese specializzato nel settore del Biologico che può annoverare la Coop Norge tra i suoi clienti.

Ma non finisce qui, con l'inizio del 2022 prenderanno il via le attività previste per la II annualità, che permetteranno lo svolgimento di ulteriori giornate promozionali finalizzate all'informazione nei confronti del consumatore finale, così come altri momenti formativi ed educativi rivolti agli operatori del settore di entrambi i paesi.

Per rimanere sempre aggiornati sulle attività del progetto Euphoria basta collegarsi al sito <https://enjoygoodfood.eu/> o seguire le pagine social del progetto:

facebook Svizzera: <https://www.facebook.com/EnjoyGoodFood.ch/>

instagram Svizzera: <https://www.instagram.com/enjoygoodfood.ch/>

facebook Norvegia: <https://www.facebook.com/EnjoyGoodFood.no/>

instagram Norvegia: <https://www.instagram.com/enjoygoodfood.no/>

