



Das erste Jahr des Euphoria-Projekts geht zu Ende Hochwertiges Obst und Gemüse aus Europa erobert die Schweiz und Norwegen

Das erste Jahr des Projekts „Euphoria – Die europäische Produktion von Obst und Gemüse: eine Garantie für Qualität und Wohlbefinden“ ist gerade mit einem langen Förderzyklus in der Schweiz zu Ende gegangen. 161 Tage lang wurden europäische Spitzenleistungen im Obst- und Gemüsebereich für Schweizer Verbraucher gefördert und durch ein umfassendes Schulungsprogramm für Branchenakteure bereichert. Diese Aktivitäten wurden in der Schweiz und in Norwegen in diesem Jahr durchgeführt

Der Vorhang fällt für das erste Jahr des Projekts „Euphoria – Die europäische Produktion von Obst und Gemüse: eine Garantie für Qualität und Wohlbefinden“, das mit dem Beitrag der Europäischen Union geschaffen wurde und darauf abzielt, Endverbraucher und Branchenakteure in der Schweiz und in Norwegen im Bereich der gemeinschaftlichen Obst- und Gemüseexzellenzen zu fördern.

Am 1. Februar 2020 starteten zwölf Monate voller Kommunikations-, Informations- und Werbeaktivitäten, die zwar auf die gesundheitlichen, logistischen und menschlichen Schwierigkeiten rund um die Covid-Pandemie prallten, aber dennoch ihr Ziel erreichen konnten. Die Herzen der Schweizer und der norwegischen Verbraucher wurden mit Initiativen erobert, die auf eine optimale Präsentation in beiden Zielländern ausgelegt waren.

In der Schweiz wurden im Rahmen von 161 Aktionstagen in zwei Tranchen hervorragende Ergebnisse erzielt. Die erste Tranche fand im Herbst 2020 am Engrosmarkt und im Viadukt in Zürich sowie in der Markthalle in Basel statt. Die zweite, prestigeträchtigere Tranche erfolgte ein Jahr später erneut am Engrosmarkt und vor allem durch die Beteiligung von 8 Filialen der Schweizer Luxuskette Globus.

Parallel zur letztgenannten Werbeaktivität fanden im Bund Schulungsveranstaltungen für die Branchenakteure statt. Importeure, Vertreiber, Betreiber im Horeca-Bereich und in der Gemeinschaftsverpflegung, E-Commerce, Plattformen und Versorgungsorganisationen für Großvertrieb, Cash & Carry, Märkte sowie kleine Verkaufsstellen erhielten durch Erläuterungen hoch qualifizierter Mitarbeiter die Möglichkeit, die Exzellenz des europäischen Obst- und Gemüsesektors zu entdecken.





In Norwegen hingegen erlebten wir in den heißen Wochen im Juli und August 2021 84 Aktionstage in den Filialen der Kette Smak AV Italia und in den Mathallen in Oslo.

Die allerersten Schulungstermine fanden online statt und konnten, wie die persönlichen Treffen in den nächsten Monaten, auf die Teilnahme qualifizierter Mitarbeiter zählen. Zu diesen gehörten beispielsweise Buyer und Category Manager von Bama-Gruppen AS, dem wichtigsten Vertriebsunternehmen von Obst und Gemüse in Norwegen, sowie von Sana Bona AS, ein auf den Bio-Sektor spezialisiertes norwegisches Vertriebsunternehmen, zu dessen Kunden Coop Norge zählt.

Aber damit nicht genug: 2022 läutet die für das zweite Jahr geplanten Aktivitäten ein, die die Durchführung weiterer Werbetage zur Information des Endverbrauchers sowie anderer Schulungs- und Ausbildungstermine für Branchenakteur beider Länder umfassen.

Aktuelle Informationen rund um die Aktivitäten des Euphoria-Projekts finden Sie auf der Website <https://enjoygoodfood.eu/> oder auf den Profilen des Projekts in den sozialen Medien:

Facebook Schweiz: <https://www.facebook.com/EnjoyGoodFood.ch/>

Instagram Schweiz: <https://www.instagram.com/enjoygoodfood.ch/>

Facebook Norwegen: <https://www.facebook.com/EnjoyGoodFood.no/>

Instagram Norwegen: <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/>

