



## «EUPHORIA»-PROSJEKTET: DET ANDRE ÅRET STARTER

### I NORGE ER KOMMUNIKASJONS- OG INFORMASJONSTILTAK DEDIKERT TIL KVALITETSMESSIG OG SESEONGBASERT EUROPEISK PRODUKSJON

*Promoterings- og informasjonsprogrammet «Euphoria» er klart for å komme til Norge igjen. Integrert kommunikasjonsvirksomhet, faglig opplæring for operatørene og hundre dagers promotering ved utsalgssteder i Norges største byer er under planlegging. Målet er å øke kunnskapen om de produktive, kvalitative og organoleptiske egenskapene til europeisk frukt og grønnsaker av høy kvalitet, med fokus på betydningen av sesongbasert produksjon.*

Den 5. januar ble arbeidet med det andre året av «Euphoria»-prosjektet i Norge gjenopptatt, med støtte fra EU. Dette er et informasjons- og promoteringsprogram om kvaliteten av europeisk frukt- og grønnsaksproduksjon.

På samme måte som det første året, vil tiltakene igjen bli delt mellom: integrerte kommunikasjonskampanjer; promotering på utsalgssteder i Norges største byer; opplæringskurs om kvaliteten av europeisk frukt og grønnsaker for operatører innenfor storskala detaljhandel samt hotell-, restaurant- og serveringsbransjen.

Målet med programmet – som skal utvikles gjennom en hel treårsperiode – er fortsatt å øke bevisstheten om de særegne produktive, kvalitative og organoleptiske egenskapene til europeiske frukter og grønnsaker av høy kvalitet. Målgruppen er den endelige forbrukeren, samt kjøpere og kategoriforvaltere innen storskala varehandel samt hotell-, restaurant- og serveringsbransjen. Praktisk sett vil det i løpet av 2022 gjennomføres minst hundre kampanjedager i butikkene, i tillegg til et komplett program med opplæringsarrangementer dedikert til bransjeoperatører.

Sammenlignet med prosjektets første fase – der vi jobbet med innføring av kvalitetskonsepter knyttet til europeiske produksjoner og sertifiseringer – vil vi i år fokusere på å ta hensyn til og forbedre sesongmessig produksjon.

Kommunikasjonskampanjen og B2C-aktivitetene vil bli organisert med tanke på produksjonskalenderen for disse.

Først ut er artisjokker og asparges til våren. Til sommeren vil meloner og vannmeloner komme tilbake, siden de var såpass vellykkede det første året. I høst og vinter vil det primært være tid for gresskar – etterfulgt av blomkål, brokkoli og fennikel.

Poteten fra Alto Viterbese PGI og Hasselnøtten Gentile Romana DOP er tilbake også i år – klare for nordmennenes ganer. Dette er to produkter av høyeste kvalitet med EU-sertifisering.





Helt nye oppskrifter er på vei – først på prosjektets nettside og sosiale medier, og deretter i kommunikasjonsverktøyene som tilbys for salgsfremmende aktiviteter. Oppskriftene er laget av Michelin-stjernekokken Iside De Cesare, som takket være sin internasjonale kunnskap og erfaring har skreddersydd en meny perfekt for norske middagsbord!

For å holde deg kontinuerlig oppdatert om aktivitetene til Euphoria-prosjektet, kan du fortsatt besøke [nettstedet https://enjoygoodfood.eu/](https://enjoygoodfood.eu/) og følge prosjektsidene på sosiale medier:

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

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

Indholdet af denne PR-kampagne afspejler kun forfatterens holdning og er alene dennes ansvar. Europa-Kommissionen og det Europæiske Forvaltningsorgan for Forskning (REA) påtager sig ikke ansvar for eventuelt misbrug af den deri indeholdte information.



KAMPANJEN ER FINANSIERT  
VED HJELP AV  
DEN EUROPEISKE UNION

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE





## **“EUPHORIA – LA PRODUZIONE EUROPEA DI ORTOFRUTTA: UNA GARANZIA DI QUALITÀ E BENESSERE”: AL VIA IN NORVEGIA LA SECONDA ANNUALITÀ DEL PROGETTO**

*Sono iniziati i lavori per la realizzazione della II annualità del progetto “Euphoria”, realizzato con il contributo dell’Unione Europea e finalizzato ad incrementare la conoscenza relativa alle caratteristiche produttive, qualitative ed organolettiche distintive di frutta e verdura europea di qualità. In fase di programmazione ben 100 giornate di promozione nei punti vendita delle principali città norvegesi e un fitto programma di appuntamenti formativi rivolti agli operatori del settore.*

Hanno ripreso il via in Norvegia i lavori della II annualità del progetto “Euphoria”, programma di promozione e informazione sulle qualità della produzione europea di ortofrutta, realizzato con il contributo dell’Unione Europea.

Dopo le difficoltà avute durante la prima annualità, frammentata da sospensioni delle attività a causa del Covid, è giunto il momento di far tesoro di quanto realizzato negli scorsi mesi e continuare il programma formativo destinato al consumatore finale e agli operatori del settore norvegesi.

Le azioni si articoleranno ancora una volta tra: campagne di comunicazione integrata, promozione nei punti vendita delle principali città norvegesi e corsi di formazione sulle qualità dell’ortofrutta europea per gli operatori della GDO e del settore dell’ho. re.ca.

L’obiettivo di questa annualità è quello di realizzare, entro il 2022, 100 giornate promozionali nei punti vendita ed un fitto programma di appuntamenti formativi che incrementino nei buyer e category manager coinvolti la consapevolezza sulle caratteristiche produttive, qualitative ed organolettiche distintive di frutta e verdura europea di qualità.

Il focus di questa annualità, dopo aver lavorato sull’introduzione dei concetti di qualità legati alle produzioni e certificazioni europee, sarà dedicato al rispetto e alla valorizzazione della stagionalità. La campagna di comunicazione e le attività B2C verranno organizzate tenendo in considerazione il calendario produttivo di queste eccellenze.

Si partirà quindi in primavera, con l’utilizzo di carciofi e asparagi, mentre in estate torneranno nuovamente i meloni e i cocomeri che tanto successo hanno avuto durante le promozioni della passata annualità. Tra l’autunno e l’inverno sarà invece il momento delle zucche, in primis, e a seguire di cavolfiori, broccoli e finocchi.

Torneranno anche per questa annualità, pronti ad allietare i palati dei norvegesi, due prodotti di altissima qualità, contraddistinti da una certificazione comunitaria: la Patata dell’Alto Viterbese IGP e la Nocciola Gentile Romana DOP.





Verranno inoltre presto svelate, prima sul sito internet e sui social media del progetto e poi negli strumenti di comunicazione previsti per le attività promozionali, le nuovissime ricette che la chef 1\* Michelin Iside De Cesare, forte della sua conoscenza ed esperienza internazionale, ha pensato proprio per le tavole norvegesi!

Per rimanere costantemente aggiornato sulle attività del progetto Euphoria, continua a visitare il sito <https://enjoygoodfood.eu/> e segui le pagine del progetto sui social:

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

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

Il contenuto di questa campagna promozionale rappresenta soltanto le opinioni dell'autore ed è di sua esclusiva responsabilità. La Commissione europea e l'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA) non accettano alcuna responsabilità riguardo al possibile uso delle informazioni che include.



CAMPAGNA FINANZIATA  
CON L'AIUTO  
DELL'UNIONE EUROPEA

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE

