

Il progetto persegue due obiettivi generali:

- OS3 Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena di valore;
- OS9 Migliorare la risposta dell'agricoltura dell'Unione alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi gli alimenti di qualità elevata, sani e nutrienti prodotti in maniera sostenibile, la riduzione degli sprechi alimentari.

Sia il primo che il secondo obiettivo saranno perseguiti attraverso un progetto che mette al centro i produttori, protagonisti delle attività di comunicazione. Saranno gli stessi produttori a parlare in prima persona delle caratteristiche dei prodotti, della loro storia, dell'impegno e del sacrificio di ogni giorno per raggiungere i risultati produttivi. Il racconto del prodotto pesca e nettarina di Romagna IGP fatto direttamente dai produttori che ne sono protagonisti, andrà a valorizzare i contenuti qualitativi dell'offerta IGP ma anche le valenze etiche, sociali e ambientali di una produzione che ha reso grande la frutticoltura italiana.

Gli obiettivi specifici del progetto, infatti, sono:

- Rafforzare l'immagine del prodotto Pesca e Nettarina di Romagna IGP;
- Aumentare la quota di consumo del gruppo termine per favorire i consumi.

I contenuti proposti attraverso la declinazione integrata degli strumenti di comunicazione sono perfettamente in linea con le finalità del PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE E PIANO STRATEGICO NAZIONALE DELLA PAC (P.S.P.) 2023-2029. REG. (UE) N. 2115/2021 per la promozione e realizzazione di azioni di informazione dei sistemi di qualità verso i consumatori e gli operatori, infatti le attività di informazione e promozione previste nel progetto sono volte a:

- realizzare iniziative di promozione dei prodotti di qualità sul mercato interno dell'UE;
- informare i consumatori riguardo le caratteristiche nutrizionali dei prodotti di qualità e aumentare la consapevolezza sui vantaggi ambientali legati all'utilizzo di tecniche di produzione sostenibili previste dai regimi di qualità anche al fine di incrementare e valorizzare gli aspetti economici e commerciali delle singole produzioni;

- favorire l'integrazione di filiera per migliorare la competitività delle aziende agricole; La strategia di comunicazione messa a punto per la realizzazione del progetto fa leva principalmente sulla comunicazione diretta dei valori dei prodotti attraverso le testimonianze dei produttori. Si intende avviare un dialogo attivo tra produttori e consumatori utilizzando principalmente strumenti digitali e web.

Il piano di comunicazione prevede la realizzazione di contenuti valoriali, contenuti visivi e informazioni dirette che saranno veicolate attraverso i più efficienti strumenti media scelti dopo accurata valutazione dell'efficacia, in funzione degli obiettivi di progetto.

L'azione promozionale metterà in evidenza il prodotto e le sue caratteristiche, il disciplinare di produzione, il legame storico con il territorio vocato, le tecniche agronomiche e di difesa finalizzate a limitare l'impatto ambientale, il valore del lavoro, stagione dopo stagione, per ottenere l'eccellenza qualitativa che contraddistingue il prodotto IGP.

I consigli nutrizionali e d'utilizzo delle pesche e nettarine di Romagna. Le strategie anti-spreco.

L'insieme di questi contenuti saranno veicolati attraverso newsletter e schede grafiche, canali social dedicati (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube, Spotify).

Sarà realizzato un podcast sia audio che video con i produttori protagonisti, uno spot emozionale diffuso su YouTube e grandi eventi in campo per far toccare con mano a giornalisti, stakeholder, buyer, opinion leader, il valore della produzione.

Target giovani adulti dai 16 ai 45 anni: Il linguaggio di comunicazione e gli strumenti utilizzati nel progetto saranno pensati principalmente per i consumatori giovani. In questa fascia di consumatori si annoverano i consumatori del futuro, le famiglie con bambini, i giovani attenti e consapevoli nei confronti dell'ambiente e dello spreco alimentare.