



Concepte Video

Concept "Cumpărați produse autohtone"

De fiecare dată când cineva cumpără un produs agricol autohton, agricultorii simt asta la propriu și la figurat.

Spotul propune o ilustrare creativă și comică a acestei legături invizibile dintre cumpărător și producător: un lanț cauză-efect surprinzător și plin de viață.

De exemplu: *În momentul în care Ionel cumpără un kilogram de mere moldovenești din supermarket, undeva, într-un depozit luminos, un agricultor primește o notificare pe un ecran LED și zâmbește, în timp ce pregătește alte lăzi cu mere pentru livrare.*

O metaforă vizuală despre cum fiecare alegere contează și cum, atunci când cumpărăm local, trimitem un semn de susținere direct către cei care muncesc pământul.

Concept "De la noi, din Moldova!"

Tot mai des, oamenii care merg la piață sau la supermarket caută produsele moldovenești. De la întrebări simple precum „De unde-s fructele?” sau „Dumneavoastră le creșteți?”, până la etichetele cu textul „*Produs în Moldova*”, cumpărătorii arată tot mai multă dorință de a sprijini producătorii locali.

Spotul video propune o antologie de momente inspirate din viața de zi cu zi - scene autentice, familiare, unele cu accente comice, care arată cum fiecare dintre noi alege să cumpere „de la noi”. Prin gesturile, vorbele și alegerile personajelor, publicul se regăsește și este motivat să facă același pas: să aleagă produsele autohtone.

Campania transmite un mesaj simplu și sincer: Cumpărând produse moldovenești, susținem agricultorii, oamenii de lângă noi, gustul de acasă și economia țării.

Produsul local - Superputerea noastră

Un neotelepat influencer merge prin piețe și magazine, însoțit de o mulțime de urmăritori fanatici, căutând legumele și fructele perfecte. Cu gesturi dramatice și incantații amuzante, pune mâna deasupra fructelor și legumelor, „identificând” imediat ce e bun și ce nu.

Dar „secretul” său e simplu și eficient: alege întotdeauna produsele din Moldova.

Exemplu de scenă:

Copilul unui agricultor, ale cărui produse au fost validate de telepat, întreabă curios: „De unde știe telepatul ce bun?”. Agricultorul plictisit îi dă răspunsul evident, arătând ce scrie pe etichetă: „Ei, că-s de-a noastre, din Moldova”.



Finalul îndeamnă spectatorii cu mesajul „Nu ai nevoie de puteri supranaturale pentru a susține producătorii noștri.
Cumpără produse autohtone.”

Ton și stil:

Satiric și comic, cu exagerări ușor parodice ale influencerilor și „superputerilor”.

Vizual: gesturi dramatice, costume exagerate, cadre din piață și magazin pline de culoare.

Mesaj clar și accesibil: sprijinirea produselor locale este simplă și la îndemâna tuturor.

Spotul transmite că sprijinirea producătorilor locali nu este un mister și nu necesită superputeri: fiecare dintre noi poate face o alegere simplă, dar importantă - să cumpere produse autohtone. Printr-un ton comic și accesibil, campania arată că munca agricultorilor merită apreciată și că alegerea produselor din Moldova este la îndemâna tuturor, transformând un gest cotidian într-un act de susținere reală.

Version B

Un telepat merge prin piață sau magazin și caută produse moldovenești. Atunci când pune mâna pe un fruct sau o legumă acesta "vede" tot traseul parcurs de acela produs, cum a fost plantat, îngrijit și crescut de agricultori, apoi pus în lăzi, pregătit, transportat și adus cu grijă pe rafturi. Un lucrător al magazinului aduce inscripția "Produs în Moldova". Telepatul își pune fructele moldovenești în coș.
Call to action: *Și tu ai superputerea să susții produsele noastre.*

Realizat într-o cheie satirică, spotul va ilustra într-o manieră fantastică traseul unor produse autohtone.

Toate versiunile de concepte pot fi adaptate perioadei sărbătorilor de iarnă.