

Concept creativ pentru 14 cartoline pentru fiecare grup de produse.

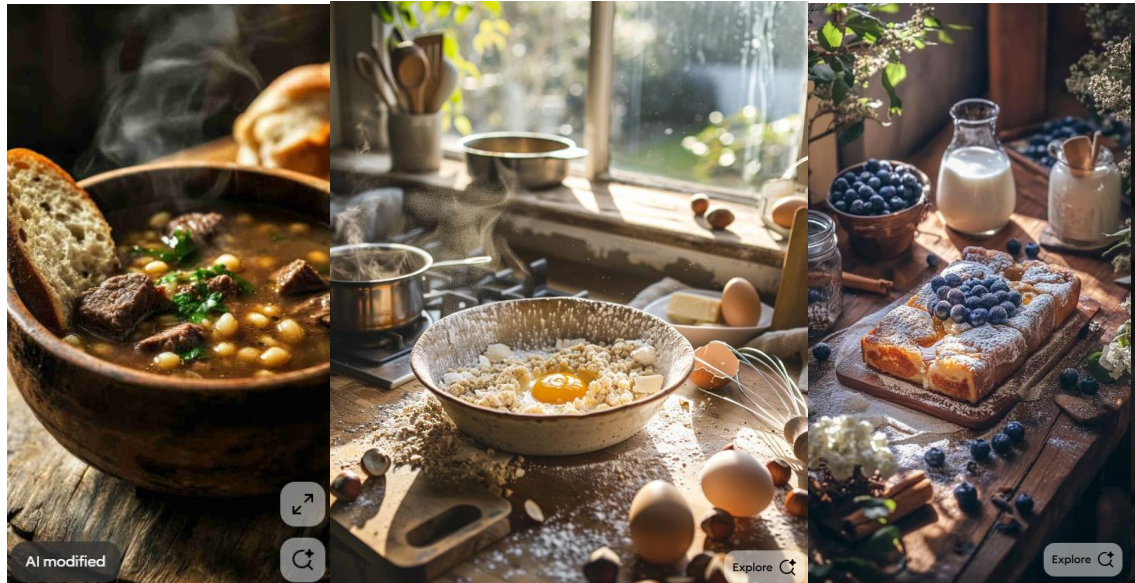
O idee de abordare vizuală pentru produsele autohtone (pentru 14 cartoline)

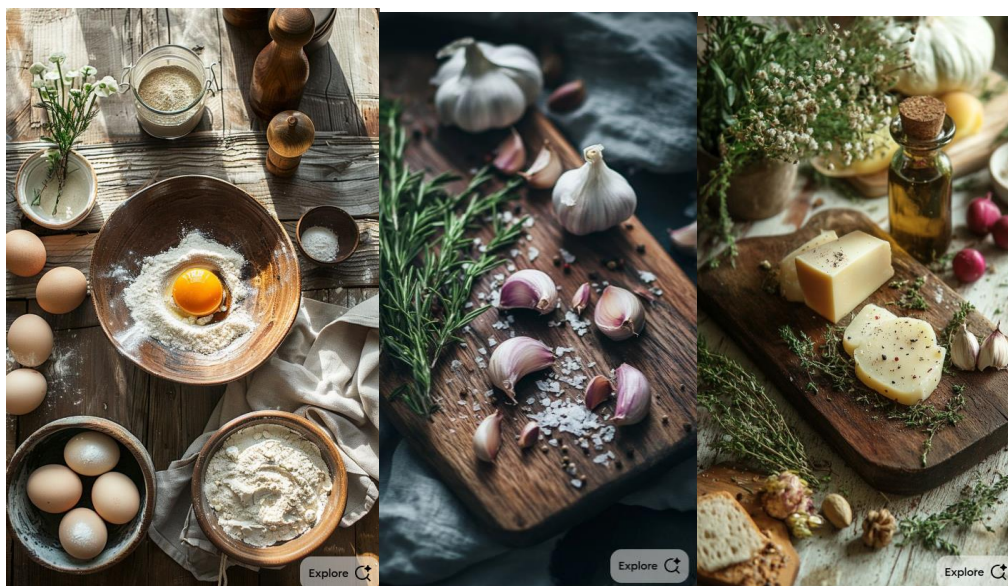
Grupurile de produse: Fructe, Legume, Vinuri, Brânzeturi, Carne, Ouă, Miere, Făină, Ulei, Zahăr, Pește, Suc, Conserve, Dulceață.

Concept de campanie

Audiența: campanie este adresată tuturor categoriilor de vârstă, în special celor care au puterea de decizie, ce produse se cumpără în familie. Aceștia ar fi femeii și bărbați, 18+.

Descriere (referințe vizuale): cartolinele vor fi realizate într-o stilistică HYGGE, modernă-naturală. Produsele vor fi integrate în compoziții pentru a da gust și culoare. Va fi realizată o fotosesie- macro pentru fiecare categorie de produse în care per cartoline se va integra produsele din aceeași categorie. Se vor folosi elemente naturale: masă de lemn, farfurie de ceramica, recipiente din sticlă (forme moderne) etc. De asemenea în cadru vor fi utilizate utilaje de bucătărie autohtone (ciutor, prosop brodat/croșetat, linguri din lemn etc.





Poziționarea:

produsele autohtone, prin conținutul realizat, vor avea ca scop să transmită 3 mesaje principale

Calitate	Siguranță	Apartenență națională
Produsele autohtone vor trezi instant percepția de produse calitative. Afișând transparență în procesul cronologic, cum acest produs a ajuns pe raft, începând de la materia primă.	Produsele autohtone sunt percepute ca produse sigure de consumat. Autohton înseamnă calitativ cu mai puțini aditivi, conservanți, substanțe care sporesc gustul etc.	Produsele autohtone se regăsesc pe masa moldovenilor. Respectiv dacă sunt pe masa mea, fac parte din societate, susțin producția moldovenească, îmi dau aportul economiei naționale- fac bine pentru țară.