



Concept Creativ – Campanie de promovare a produselor agricole autohtone

Campania de promovare a produselor agricole autohtone din Republica Moldova este o inițiativă a Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare (MAIA) menită să sporească gradul de cunoaștere, încredere și preferință a consumatorilor față de produsele locale. Prin această campanie, MAIA își propune să evidențieze calitatea, diversitatea și tradiția producătorilor autohtoni, consolidând totodată un sentiment de mândrie națională și apartenență la valorile locale.

Context și Obiective

Într-o perioadă în care produsele importate domină piața și comportamentele de consum se globalizează, este esențială susținerea producătorilor locali și educarea publicului cu privire la importanța consumului de produse agricole autohtone. Campania urmărește nu doar creșterea vizibilității acestora, ci și consolidarea unei relații emoționale între producători și consumatori.

Obiectivul principal al campaniei este de a consolida percepția pozitivă a publicului față de produsele autohtone, de a stimula cumpărarea acestora și de a încuraja recunoașterea valorii autentice a muncii fermierilor, meșteșugarilor și întreprinderilor din Republica Moldova.

Grupuri Țintă

Campania se adresează următoarelor categorii de public:

- Familii tinere, cu vârste între 25–40 de ani, preocupate de alimentația sănătoasă și proveniența produselor;
- Adulți 40–60 de ani, fideli produselor tradiționale și valorilor locale;
- Tineri 18–25 de ani, activi în mediul online, influențați de tendințe vizuale și conținut digital;
- Publicul general, interesat de calitate, tradiție și sustenabilitate.

Ton și Direcție Creativă

Campania va combina elemente de storytelling autentic și estetică vizuală modernă, inspirată din tradițiile locale, simbolurile culturale și valorile rurale. Mesajul central este unul de mândrie și apartenență: «Alege autohton. Alege Moldova!».

Tonul comunicării va fi cald, empatic și inspirator, evocând tradiția, familia, natura și bucuria de a consuma produse locale. Abordarea vizuală va fi adaptată perioadei sărbătorilor de iarnă, cu accente luminoase, motive folclorice reinterpretate și scene familiare.

Elemente de Producție

Campania include patru componente majore de livrabile, conform specificațiilor tehnice:

1. Spot video (TV și online) – Durata: 45–60 secunde, adaptabil pentru TV și rețele sociale. Spotul va spune o poveste vizuală despre produsele autohtone, integrând personaje simbolice – un fermier modern, o familie moldovenească și imagini de sărbătoare. Conceptul se bazează pe contrastul între tradiție și modernitate, punând accent pe emoție, autenticitate și comunitate.
2. Vizualuri creative (cartoline) – 14 ilustrații reprezentative, câte una pentru fiecare grup de produse: fructe, legume, vinuri, brânzeturi, carne, ouă, miere, făină, ulei, zahăr, pește, sucuri, conserve, dulceață. Fiecare vizual va reflecta individualitatea produsului, păstrând totodată unitatea identitară a campaniei. Design-ul va fi prietenos, colorat, inspirat din motive populare și contexte de familie.
3. Campanie de sponsorizare digitală – Implementare pe Facebook, Instagram și YouTube, pentru o acoperire minimă de 500.000 de persoane unice, cu frecvență medie de 4 afișări per utilizator. Raportarea va include vizualizări, interacțiuni (like-uri, comentarii, distribuiri), salvări și engagement total.
4. Campanie de Influencer Marketing – Colaborare cu 10 creatori de conținut locali, cu minimum 60% din audiență în Republica Moldova. Fiecare influencer va produce câte două serii de story-uri video, cu tematici legate de tradiție, autenticitate, gastronomie și familie. Campania va urmări crearea unei legături emoționale între public și produsele promovate.

Canale de Comunicare

Strategia de comunicare va combina canalele tradiționale (TV) cu mediul digital (social media și YouTube). Spoturile TV vor fi difuzate pe principalele posturi naționale, în paralel cu o campanie online intensivă. Distribuția digitală va include Meta Ads (Facebook și Instagram), YouTube Ads și Google Display Network.

Monitorizare și Evaluare

Prestatorul va asigura un sistem de raportare complet, incluzând date statistice privind impactul campaniei: număr de utilizatori unici, vizualizări, like-uri, comentarii, share-uri, salvări și exemple reprezentative de reacții pozitive. Rezultatele vor fi documentate prin capturi de ecran, linkuri și extrase din platforme.

Concluzie

Prin această campanie, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare își propune nu doar să promoveze produsele agricole autohtone, ci să redea încrederea cetățenilor în calitatea și valoarea acestora. Campania este o celebrare a muncii, tradiției și pasiunii producătorilor moldoveni – o invitație sinceră adresată fiecărui consumator: Alege autohton, alege Moldova.