

PANVITA KAMPANJA

IZBERITE LOKALNO

Projekt: Razvoj znamke, grafično oblikovanje

Naročnik: Panvita d.d.



KAJ IZBRATI, KO LAHKO IZBIRAMO?

Ozaveščanje o **pomenu lokalno pridelanega sadja, zelenjave in mesnin** ter kratke transportne poti je ključno za spodbujanje zdrave in trajnostne prehrane.

Kajti s tem, ko izbiramo lokalno pridelana živila, podpiramo lokalne pridelovalce, poleg tega pa to pomeni tudi manjšo bremenitev okolja, saj se zmanjšuje količina izpustov toplogrednih plinov, ki nastajajo pri dolgih transportih.

Kratka transportna pot od polja do potrošnika namreč zagotavlja predvsem svežino lokalnega sadja in zelenjave. Ker so pridelki običajno pobrani v zrelem stanju, to pomeni, da lahko uživamo v njihovi najboljši kakovosti, okusu ter hranilni vrednosti.

S tem pa ne le prispevamo k svojemu zdravju, ampak tudi k ohranjanju okolja in podpiranju lokalne ekonomije.

PA GREMO OD ZAČETKA ...

Ker smo na Funkitu tekom pogovora in kratkega raziskovanja ugotovili, da obstaja relativno **nizka ozaveščenost o špargljih in jagodah** iz **Panvite**, smo dobili idejo, da bi bilo v prihajajočem času obilja špargljev in jagod smiselno pripraviti kampanjo s privlačno in informativno vsebino, s katero bi dosegli sledeče cilje:

- **Dvig prepoznavnosti** Panvitinih špargljev in jagod
- Povezovanje blagovne znamke Panvita z **atraktivnimi sezonskimi produkti**
- **Ozaveščanje** o pomenu uživanja lokalnih izdelkov, ki imajo kratko transportno pot
- Dvig prepoznavnosti **blagovne znamke Panvita**
- **Povečanje povpraševanja** po špargljih in jagodah iz Panvite

Hkrati smo želeli pridobiti pozornost čim večjega občinstva, okrepiti zaupanje v blagovno znamko in izkazati podporo lokalnim pridelovalcem.

VPOGLED V NASTAJANJE KAMPANJE

IZBERITE LOKALNO

Ob razmišljanju **'Kako najboljše prenesti sporočilo lokalnosti v javnost?'** je na listu papirja nastal spodnji zapis, ki velja kot osnutek ideje:

~~JAGODE~~ MAJKA

Iz strani grafičnega oblikovalca in tekstopisca je po implementaciji manjših grafičnih in tekstopnih sprememb naprej nastala končna verzija oglasa za jagode, sledila pa ji je še različica s šparglji:



DIGITAL



JUMBO PLAKATI



Nacionalna kampanja, ki je bila lasirana tako skozi digitalno, kot tudi skozi zunanje oglaševanje (jumbo plakati), je požela veliko pozornosti potrošnikov in odobravanja iz strani strokovne javnosti.

Tako se je le-ta nadaljevala, oziroma implementirala še skozi blagovno znamko **AVE**, v sklopu katere je bilo širom Slovenije moč zaslediti spodnje oglase za bedrca in meso za žar:



