

UN PROGETTO DI COMUNICAZIONE REALIZZATO DA ALEGRA, BRIO E VALFRUTTA FRESCO

Ecco BuonItalia voce dei produttori

Alessandro Pantani
Ufficio Stampa Alegria

A Fruitlogistica fa il suo esordio, tenuto a battesimo dall'On. Paolo De Castro, il primo numero del magazine realizzato dalle business unit di Apo Conerpo: al centro le sfide e le conquiste del mondo della produzione ortofrutticola.

C'è uno sguardo nuovo sul mondo dell'ortofrutta nazionale: è *BuonItalia*, l'innovativo magazine realizzato da Alegria, Brio e Valfrutta Fresco (business unit di Apo Conerpo) e interamente dedicato agli operatori del settore. 64 pagine, tre numeri all'anno con contenuti di alto profilo, realizzati da esperti e studiati per veicolare informazione di qualità a buyer e trader nazionali e internazionali, media di settore, mondo della produzione e per tutti gli opinion leader del mondo dell'ortofrutta, dalla politica alle istituzioni.

"La sfida di BuonItalia - ha spiegato Raffaele Drei, Presidente di Valfrutta Fresco, durante l'evento di presentazione ufficiale a Fruitlogistica, lo scorso 5 febbraio - nasce dalla volontà delle nostre aziende di essere trainanti anche sul fronte comunicativo: abbiamo 40 anni di storia alle spalle e intendiamo averne almeno altrettanti da leader sui mercati internazionali e credo che questo ci qualifichi come interlocutori affidabili e competenti. Grazie a questo magazine vogliamo cercare di

superare una delle debolezze intrinseche del mondo della produzione agricola rispetto a quello della Grande Distribuzione: fino a oggi quando si è parlato di sostenibilità ambientale, di know how in campo, di filiera, di plus della nostra frutta e verdura da valorizzare verso il consumatore, abbiamo lasciato che fossero altri soggetti della catena del valore a prendere decisioni e a raccontare la propria versione della storia. E così il consumatore non ha avuto alcuna

possibilità per capire che l'agricoltore è il primo baluardo per la tutela del territorio e dell'ambiente, è il primo ad avere a cuore la sostenibilità ed è il soggetto più competente sul tema: fino a oggi non lo abbiamo comunicato ed è stato un errore ma è necessario che la produzione venga maggiormente ascoltata su questi temi. Grazie a BuonItalia vogliamo tornare ad affermare a tutta la filiera competenze, obiettivi e sfide che il settore della produzione ortofrutticola vive quotidianamente, riappropriandoci di un ruolo da protagonisti non più all'ombra della Grande Distribuzione".

CONTENUTI DI QUALITÀ E AMPI APPROFONDIMENTI

Spazio quindi a contenuti originali e accattivanti: dalle innovazioni di prodotto e processo alle nuove tecnologie, dalle ultime frontiere della genetica alla sfida della sostenibilità, passando per approfondimenti di economia, mercato e marketing, senza dimenticare la logistica e il packaging. Grande attenzione anche ai temi di attualità, con inchieste mirate e analisi dei trend nazionali e internazionali.

"Abbiamo deciso di realizzare una rivista cartacea - prosegue Stefano Soli, Responsabile Marketing del Gruppo Alegria e Direttore di Valfrutta Fresco - per dare il giusto spazio all'approfondimento e all'analisi di temi che difficilmente possono



essere esauriti in un articolo on-line. Il supporto web, che sarà attivato a breve e sarà accompagnato da una newsletter periodica, sarà comunque fondamentale e ci permetterà di raggiungere una platea ancora più ampia sia con la versione in italiano che con quella in inglese: si parlerà di *Buon Italia* ma l'obiettivo è quello di raggiungere tutto il mondo".

LA PRESENTAZIONE A BERLINO

L'edizione 2020 di Fruitlogistica, principale manifestazione mondiale per il comparto ortofrutticolo, è stata il palcoscenico ideale per la presentazione ufficiale di BuonItalia agli operatori del settore: a tenere a battesimo il magazine sono stati il **Presidente di Valfrutta Fresco Raffaele Drei**, **Roberto della Casa**, **fondatore di Agroter ed esperto di marketing del mondo agroalimentare** e l'**euro-parlamentare Paolo De Castro** con un evento organizzato nello spazio

gestito da CSO Italy e ICE dal titolo *"BuonItalia incontra Paolo De Castro: il futuro dell'ortofrutta fra sostenibilità e lotta alle pratiche sleali"*. Al centro del momento di confronto alcuni temi fondamentali per il mondo ortofrutticolo e agroalimentare e tutti approfonditamente trattati nel primo numero del magazine: sostenibilità, lotta alle pratiche sleali, valorizzazione delle eccellenze produttive e competitività sui mercati nazionali. Ad emergere, in particolare, è il ruolo cruciale dell'aggregazione: per vincere le sfide dell'ortofrutta italiana, dalla sostenibilità all'innovazione, dalla ricerca varietale alla riconquista di un ruolo da protagonista sui mercati esteri, occorrono organizzazione, nuovi modelli e tanto lavoro



di squadra a tutti i livelli. Obiettivi che possono essere raggiunti solo **superando una visione individualistica e spingendo sull'acceleratore di formule aggregative nuove**, capaci di andare oltre la semplice gestione aziendale ma che coinvolgano tutti i livelli, da quello commerciale a quello della comunicazione.