

MARK UP

FRUTTA & VERDURA 2014

In collaborazione con

ITALIAFRUIT NEWS

IL NETWORK DI INFORMAZIONE PER I PROFESSIONISTI DELL'ORTOFRUTTA

FRUTTA & VERDURA, ALIMENTI CHIAVE PER VIVERE MEGLIO E PIÙ A LUNGO

Aspetti nutrizionali, tecnologici, economici e sociali



15° RAPPORTO

a cura di Roberto Della Casa
Università di Bologna e Agroter

M2014**NITOR**
rtofrutta

SPECIALE NUTRIZIONE
su 2.000 Responsabili Acquisto

by  AgroTer

LO SPECIALE SARÀ PRESENTATO
A MILANO IN DICEMBRE
NELL'AMBITO DI UN CONVEGNO
DEDICATO

Quale **ruolo** per l'**ortofrutta** nella **dieta alimentare di domani**?

Frutta e verdura fra **piramidi, ruote e clessidre alimentari**

Frutta & Verdura: **cibi funzionali o superfood**?

Stili di vita e nutrizione: un binomio in continua evoluzione

Spesa sanitaria e ortofrutta: quanto vale la relazione inversa?

I **nutrienti dell'ortofrutta**: un **beneficio concreto** alla **riduzione delle malattie della modernità**

I **prodotti ortofrutticoli** in bilico fra **alimenti e medicinali**

Proprietà nutrizionali e comunicazione: un binomio sul filo del rasoio?

Ortofrutta: Dr. Jekyll o Mr. Hyde?

Le **peculiarità nutrizionali dell'ortofrutta biologica**: falsi miti o solide realtà?

Il **reparto ortofrutta** fra **salute e nutrizione**

Il profilo di "Frutta & Verdura"

Lo Speciale "Frutta & Verdura" di MERCATI di MARK UP costituisce ormai un appuntamento tradizionale per il sistema ortofrutticolo nazionale. Il rapporto, giunto alla sua quindicesima edizione, è curato come di consueto da Roberto Della Casa e rappresenta uno strumento di utilità operativa per le istituzioni e le imprese del comparto. Questo numero è focalizzato sulle proprietà nutrizionali di frutta e verdura e sul loro contributo a vivere meglio e più a lungo secondo quanto emerge dalle più recenti ricerche sulla nutrizione. Se riusciremo a divulgare queste evidenze potremo contribuire ad una progressione convincente dei consumi.

Le vie preferenziali e i target prioritari per sviluppare le conoscenze sulle proprietà nutrizionali saranno indagati sotto diversi punti di vista: dalla chiave strettamente scientifica a quella economica, proprio perché il livello dei consumi è correlato in modo inverso alla spesa sanitaria, fino alla chiave sociale, che investe la cultura dell'alimentazione delle giovani generazioni, senza dimenticare le tecnologie, che possono aiutare a selezionare i prodotti sulla base delle loro proprietà. Con particolare riferimento a questi aspetti, focus dell'edizione 2014 del Monitor Ortofrutta di Agroter realizzato per lo Speciale di Mark Up sarà proprio il percepito e il vissuto prospettico delle proprietà nutrizionali di frutta e verdura da parte del responsabile acquisti nazionale, clusterizzato in un campione di 2.000 individui rappresentativo della popolazione nazionale.

Lo Speciale "Frutta & Verdura" ha una diffusione di 11.500 copie. Il target dello Speciale è costituito da: 24% top manager/opinion maker delle varie fasi del sistema ortofrutticolo, 33% manager della GDO, 14% produttori ortofrutticoli, 12% aziende di servizi all'ortofrutta (macchinari, sementi, confezionamento, ecc.), 10% agenzie di pubblicità, 2% enti istituzionali. Il 5%, poi, viene distribuito in occasione del convegno di presentazione dello Speciale ed in occasione di fiere di settore.

Il profilo di MARK UP e MERCATI

MARK UP, testata di riferimento per il mondo del retail e del largo consumo, è la rivista portavoce delle istanze dei rappresentanti del sistema PRODUZIONE-RETAIL-CONSUMI. Il mensile dà spazio all'attualità, ai protagonisti del settore, ai brand, alle opinioni e agli opinionisti dall'Italia e dall'Europa.

Tante le sezioni che compongono la testata, a cominciare dagli **Opinionisti**, l'**Intervista**, che vede il coinvolgimento di personaggi di spessore che discutono su temi caldi. La sezione **Prima Fila**, che parla di attualità e dà voce al mondo del retail e del largo consumo, dove si fanno sentire le opinioni dei protagonisti sui cambiamenti in Italia e in Europa. **MARK UP Lab** che contiene al suo interno una serie di Osservatori pensati e realizzati in esclusiva per MARK UP; la sezione dedicata a **Marketing & Consumi**, con novità e trend dal mondo del marketing, ricerche di mercato, il crm di nuova generazione. I **Protagonisti**, con le aziende del largo consumo raccontate attraverso le loro strategie di marketing e innovazione.

La sezione **Real Estate Commerciale**, con interviste ai protagonisti del settore e i **Quaderni di MARK UP** dedicati a mercati e settori specifici sui quali c'è particolare fermento in termini di innovazione. Infine, un'**Agorà** raccoglie le opinioni della community e le lettere al Direttore e la sezione **Consigliato da MARK UP** con consigli utili su libri, blog e siti.

MARK UP realizza inoltre ogni anno una serie di approfondimenti verticali, Mercati di MARK UP, su alcuni settori/tipologie di mercato specifiche.

Il profilo di Roberto Della Casa

Roberto Della Casa è docente di "Marketing e Gestione dei Prodotti Agro-alimentari" all'Università di Bologna - Polo di Forlì e Direttore dei Corsi di Specializzazione in "Marketing e Gestione della Filiera Ortofrutticola" e "Vendere ortofrutta in mercati turbolenti". Ha concentrato la propria attività di ricerca nel settore dei prodotti freschi, con particolare riferimento al comparto dei prodotti ortofrutticoli, in relazione alle politiche di branding e comunicazione, alla distribuzione ed alle problematiche logistiche. È autore di numerosi studi e pubblicazioni sul settore agroalimentare e svolge attività di consulenza e formazione attraverso la società Agroter - Produce Marketing Services, di cui è titolare, nell'area del marketing strategico e dell'organizzazione di mercato per primarie aziende e istituzioni a livello internazionale.

Caratteristiche tecniche

versione

- magazine cartaceo (stampa offset)

materiale richiesto

PDF ad alta risoluzione con font inserite nel documento e immagini cmyk (300 dpi) più digital cromalin

consegna materiale

di rigore entro il 30 ottobre 2014

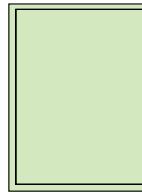
Formati e tariffe 2014



Copertine

225x285mm
(al vivo)

II e III di copertina: 3.000 €
IV di copertina: 4.500 €



Doppia pagina

450x285mm
(al vivo)

4.000 €



Pagina intera

225x285mm
(al vivo)

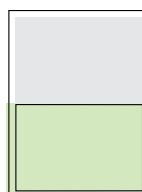
2.500 €



1/2 pagina verticale

105x285 mm
(al vivo)

1.500 €



1/2 pagina orizzontale

225x140 mm
(al vivo)

1.500 €

Per informazioni rivolgersi a Agroter:

Chiara Daltri

tel: 0543 035415 - 339 4804151

e-mail: chiara@agroter.net