

# GLI APPUNTAMENTI

2

0

2

3

*Think* FRESH

RIMINI,  
2 MAGGIO

**F&V** SPECIALE  
FRUTTA  
*e*  
VERDURA

BOLOGNA,  
29 NOVEMBRE

# Think FRESH

OPERAZIONE  
**REMARKETING**  
5 ERRE PER UNA NUOVA STRATEGIA



Siamo alle soglie di una nuova era o, più propriamente, ci siamo già dentro ma ancora non ce ne rendiamo conto. Frutta e verdura non sono mai state così interessanti per ragioni legate alla salute e, altrettanto, così poco attraenti nel percepito perché insoddisfacenti. La curva di esperienza degli operatori, basata su attenzione ai volumi, rapporto qualità/prezzo, incubi sulle controcifre, promozioni sulle presunte stagionalità è nella sua fase discendente e, come una cometa, presto esaurirà la sua già fiavole luce.

È tempo di cambiare i paradigmi, di un'operazione di **ReMarketing**, come diciamo in gergo tecnico, ovvero di modificare l'approccio al mercato, coinvolgendone tutti gli aspetti.

A Think Fresh 2023 affronteremo questa sfida approfondendone 5 aspetti,

accomunati dalla lettera erre, che saranno la base della ricerca sui 3.000 responsabili acquisti del **Monitor Ortofrutta di Agroter** per questo ottavo appuntamento.

**Research**, per dare una risposta a ciò che il cliente vuole

**Recovery**, dei consumi sulla base di queste proposte

**Redemption**, del valore dell'ortofrutta nel vissuto di chi consuma

**Relationship**, fra gli attori della filiera per un approccio win-win

**Retailing**, con adeguate politiche di marketing e di vendita



thinkfresh.it

## 2 maggio

# Think FRESH

OPERAZIONE  
**REMARKETING**  
5 ERRE PER UNA NUOVA STRATEGIA



A Think Fresh – OPERAZIONE REMARKETING – mostreremo, grazie al Monitor, come la nostra percezione delle priorità dei clienti sia lontana dalla realtà. Lo smartphone di ultima generazione è irrinunciabile, la frutta da 3 euro al kg è cara per i più. Da questa consapevolezza occorre partire per **recuperare consumi** attraverso un riposizionamento della rilevanza e del **valore dell'ortofrutta nel cuore delle persone** prima che nella loro testa. Per fare questo, però, le relazioni con la distribuzione vanno impostate con un approccio diverso da entrambe le parti. Centrali saranno le modalità di relazione con i **"supermercati essenziali"**, che stanno conoscendo un grande sviluppo e su cui verrà realizzato un focus specifico della ricerca. Completerà l'analisi il **ruolo della marca** nel vissuto del responsabile acquisti che porterà alla assegnazione della **Marca dell'anno** di Think Fresh.

L'evento di presentazione della ricerca – raccolta in un esclusivo volume, come da tradizione - si terrà a **Rimini il prossimo 2 maggio**: sarà un'occasione unica per la filiera di incontrarsi e ricominciare a tessere relazioni di livello. Sarà un evento riservato a **200 delegati di 100 imprese partner** della filiera ortofrutticola e **70 manager della grande distribuzione organizzata**.

*Partnership a partire da 3.500€ + IVA*



## 2 maggio

thinkfresh.it

# F&V | SPECIALE FRUTTA e VERDURA

## RACCONTARE L'ORTOFRUTTA

Dalla televisione ai social,  
passando per il punto vendita

**R**accontare l'ortofrutta e non comunicarla, questa deve essere la **nuova missione del settore**. Per troppo tempo questa categoria ha vissuto di troppa grossolanità nella comunicazione che ha finito per impoverirla nella mente delle persone, relegandola al ruolo di commodity necessaria. Il generico fa bene alla salute, mangiane di più, ha avuto scarso impatto in un paese che è già grande consumatore di frutta e verdura in generale ma che non ha la spremuta mattutina fra le sue abitudini. Occorreva lavorare più di fino su questo aspetto specifico, raccontando, ad esempio, quanto l'acido ascorbico di origine naturale sia più assorbibile delle forme chelate presenti negli integratori. Parimenti che la pera è un **frutto gourmet**, da assaporare come un cioccolato al 90% di cacao grazie alla sua ricchezza in fruttosio, accompagnata a un buon formaggio duro o come ingrediente in qualche prelibata ricetta, non solo un frutto da fine pasto. Per questo vale qualche sacrificio per pelarla, altrimenti ingiustificabile al tempo dei *ready to eat*. Potremmo continuare a lungo su questo tema ma concludiamo con una semplice osservazione che riguarda i **mezzi di comunicazione**. Siccome non ci possiamo permettere la televisione, non è che i **social** permettano di fare le stesse cose con meno costi. In realtà sono **strumenti molto sofisticati** che richiedono **grande professionalità** per essere usati al meglio. In caso contrario, le delusioni possono essere dietro l'angolo.



29 novembre

specialefruttaeverdura.it

# F&V SPECIALE FRUTTA e VERDURA

## RACCONTARE L'ORTOFRUTTA

Dalla televisione ai social, passando per il punto vendita

**N**ello Speciale Frutta e Verdura 2023 faremo un viaggio nel mondo della comunicazione, dalle strategie alle declinazioni operative, dagli strumenti ai budget, fino alla misurazione delle performance, senza dimenticare il ruolo del punto di vendita come strumento per raccontare l'ortofrutta. Per questo lanceremo la prima edizione del "Reparto Ortofrutta dell'Anno", un contest che vedrà protagoniste le principali insegne del retail nazionale valutate dal panel di 3.000 responsabili acquisti del Monitor Ortofrutta di Agroter in collaborazione con Toluna.

Lo Speciale Frutta e Verdura 2023 passerà in rassegna le opportunità che possono derivare al sistema nel raccontare l'ortofrutta, dalle opzioni strategiche, ai messaggi fino ai mezzi, sia *above* che *below the line*, come si dice in gergo tecnico, attraverso analisi originali condotte dal nostro Monitor e la testimonianza di ospiti d'eccezione come nella nostra migliore tradizione. Contributi che arricchiranno il volume e l'evento di lancio.

*Partnership a partire da  
3.000 € + IVA*



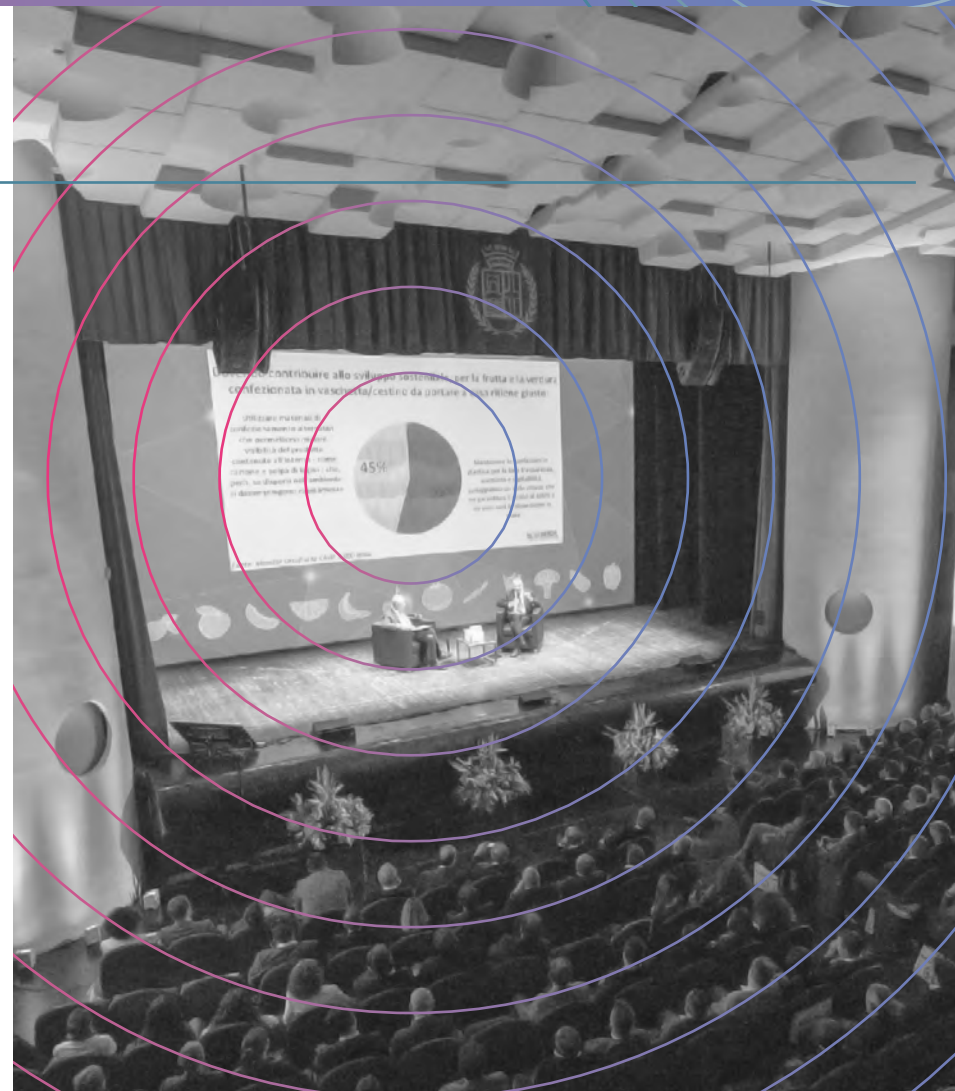
# 29 novembre

specialefruttaeverdura.it

PACCHETTI DI ADESIONE	GOLD	TECHNICAL PARTNER (4)	EXECUTIVE PARTNER (4)	MAIN PARTNER (1)
Logo aziendale in copertina e nella pagina dedicata ai Supporter	✓	✓	✓	✓
Logo su cartellonistica dedicata ai Supporter (Centro Congressi e Grand Hotel)	✓	✓	✓	✓
Virgolettato nella monografia	✓	✓	✓	✓
Ricerca in versione integrale	✓	✓	✓	✓
Ingressi all'evento del 2 maggio	2	3	4	5
Link per la visione in streaming dell'evento	✓	✓	✓	✓
Copie della monografia	2	3	4	5
Visibilità durante l'evento con approfondimento dedicato	✗	La parola all'esperto*	Partner della ricerca**	Intervista sul palco***
Cartellonistica dedicata ai Partner nei materiali di comunicazione dell'evento	✗	✓	✓	✓
Consegna di materiale informativo ai referenti GDO presenti all'evento	✗	✗	✓	✓
Slide dedicata nel walk-in di inizio evento	✗	✓	✓	✓
Logo nel banner sul sito dell'evento	✗	✓	✓	Banner dedicato
QUOTAZIONE (IVA esclusa)	€ 3.500	€ 7.500	€ 10.000	€ 15.000

## NOTE

- \* **Technical Partner** - Visibilità durante l'evento con formula **"la parola all'esperto"**: proiezione un contributo (preventivamente registrato) con un intervento di natura "tecnica" di un referente aziendale su tematica concordata (1 contributo da circa 45 secondi).
- \*\* **Executive Partner** - Visibilità durante l'evento come **"partner di una sezione della ricerca"**: introduzione della sezione dell'evento con un hashtag dedicato, personalizzazione grafica delle slide della sezione con logo e caratterizzazione (footer), proiezione di una clip dedicata (preventivamente registrata) che introduce al tema della ricerca con una domanda del partner (durata circa 90 secondi).
- \*\*\* **Main Partner** - Approfondimento durante il workshop con **intervista dedicata sul palco** condotta da Roberto Della Casa a un delegato dell'azienda (durata circa 8 minuti).



PACCHETTI DI ADESIONE	GOLD	PLATINUM	TECHNICAL PARTNER	EXECUTIVE PARTNER	MAIN PARTNER
Pagina pubblicitaria sullo Speciale Frutta e Verdura	Intera	Doppia o 2 singole	Intera nella prima parte della monografia	Doppia o 2 singole nella prima parte della monografia	Seconda di copertina
Ingressi all'evento (29 novembre)	3	4	5	6	8
Link per la visione in streaming dell'evento	✓	✓	✓	✓	✓
Copie della monografia	3	4	5	6	8
Visibilità nei contenuti della monografia	✗	✗	Box dedicato di mezza pagina	Box dedicato di una pagina	Servizio dedicato di due pagine
Visibilità durante l'evento con approfondimento dedicato	✗	✗	✓	✓	Intervista a delegato
Cartellonistica dedicata ai Partner nei materiali di comunicazione dell'evento	✗	✗	✓	✓	✓
Slide dedicata nel walk-in di inizio evento	✗	✗	✓	✓	✓
Logo nel banner sul sito dell'evento	✗	✗	✓	✓	Banner dedicato
QUOTAZIONE (IVA esclusa)	€ 3.000	€ 5.000	€ 7.500	€ 10.000	€ 15.000



OFFERTA SPECIALE

**FINO AL 30 MARZO**

**PACCHETTO GOLD**

Think **FRESH** + **F&V** SPECIALE  
FRUTTA  
e  
VERDURA

~~€ 6.500~~ € 5.500

**CONDIZIONI SPECIALI DISPONIBILI ANCHE PER SOTTOSCRIZIONE CONGIUNTA DI PACCHETTI DI UPGRADE.  
CONTATTACI PER UNA QUOTAZIONE DEDICATA**

Per informazioni:

**Chiara Daltri**

*sales and marketing director*  
339 4804151 - chiara@italiafruit.net

**Alessandro Iasevoli**

*event manager*  
338 4853162 – alessandro@italiafruit.net