

MARK UP

FRUTTA & VERDURA 2015

In collaborazione con

ITALIAFRUIT NEWS



MARK UP

In collaborazione con

ITALIAFRUIT NEWS

IL NETWORK DI INFORMAZIONE PER I PROFESSIONISTI DELL'ORTOFRUTTA

FRUTTA &
VERDURA
2015

IN & OUT:
COME VENDERE
L'ORTOFRUTTA
MADE IN ITALY



16° RAPPORTO
a cura di Roberto Della Casa
Università di Bologna e Agroter

#fruttaverdura15

IN & OUT: COME VENDERE L'ORTOFRUTTA MADE IN ITALY

FRUTTA E VERDURA TRICOLORE PER NUTRIRE IL PIANETA

- ▲ L'ortofrutta tricolore nel vissuto degli italiani
- ▲ Ortofrutta italiana all'estero fra genialità e sregolatezza
- ▲ Ortofrutta Made in Italy e distribuzione moderna: amore e odio
- ▲ Basta promuovere! E' venuto il momento di vendere
- ▲ Ortofrutta vs vino: come recuperare il primato nell'export agroalimentare
- ▲ L'italian sounding giova a frutta e verdura nazionale?

MONITOR
2015
rtofrutta

Speciale **MADE IN ITALY** su

2.000
responsabili acquisto



2.500
responsabili acquisto



by



AgroTer
think fresh

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 sedicesima 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 strategie e gli strumenti da adottare per vendere meglio l'ortofrutta italiana sia sul mercato interno che su quelli internazionali, al fine di far recuperare quel primato di qualità e sicurezza che ha da sempre contraddistinto la nostra offerta e che ci ha permesso di diventare un riferimento sia in termini di quantità che di capacità di innovazione. L'inasprimento della competizione internazionale che ha contraddistinto l'ultimo decennio, unito alla progressiva concentrazione della domanda, hanno in buona parte offuscato le nostre distintività e si richiede ora un salto di qualità nell'approccio ai mercati anche alla luce del mutato atteggiamento di questi verso il consumo, con progressiva attenzione ai temi della sostenibilità e dell'equità. Con particolare riferimento a questi aspetti, focus dell'edizione 2015 del Monitor Ortofrutta di Agroter realizzato per lo Speciale di Mark Up sarà proprio il percepito e il vissuto dell'ortofrutta italiana da parte sia del responsabile acquisti nazionale, clusterizzato in un campione di 2.000 individui rappresentativo della popolazione, che di quello di 5 paesi stranieri che sono i nostri principali mercati di destino. 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 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, alla marketing community. Tante le sezioni che compongono la testata, **Opinionisti**, **Cover Story** e la sezione **Prima Fila**, dove si analizzano i cambiamenti economici e politici che influenzano i consumi e le vendite in Italia e in Europa. **MARK UP Lab**, con i suoi Osservatori pensati e realizzati in esclusiva. La sezione a **Marketing & Consumi** con novità e trend dal mondo del marketing, ricerche di mercato, il crm di nuova generazione, il mondo del digital e social marketing, analisi dei nuovi consumatori come la serie #millenians. I **Protagonisti**, con le aziende del largo consumo e del retail, raccontate attraverso le loro strategie di marketing e innovazione. I **Quaderni di MARK UP** approfondimenti verticali su settori merceologici e tecnologici sui quali c'è particolare fermento in termini di innovazione. Infine, **Privato ma non Troppo**: tendenze che arrivano da mondi altri, dalla moda alla cultura, mostre, libri e interviste a personaggi fuori dal coro. MARK UP realizza inoltre ogni anno numeri UNICI da collezione, come FRUTTA E VERDURA. Infine, il nuovo nato ITALIAN FOOD EXCELLENCE in lingua inglese per portare la cultura del "buying Italian" fuori dai confini nazionali.

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. E' autore di numerosi studi e pubblicazioni sul settore agroalimentare e svolge attività di consulenza e formazione attraverso la società Agroter, 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 2015

Formati e tariffe 2015



Copertine

225x285mm
(al vivo)

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



Doppia pagina

450x285mm
(al vivo)

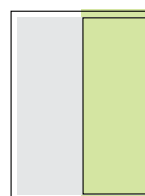
4.000 €



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