

ANCHE EUROVERDE PROTAGONISTA DELLO SPECIALE "FRUTTA & VERDURA" AL MANZONI DI MILANO

Comunicato del 1 dicembre 2017

Sala del prestigioso Teatro Manzoni di Milano completamente esaurita ieri per lo speciale "Frutta & Verdura 2017" organizzato da Mark Up in collaborazione con ItaliaFruit News. Ottima la conduzione di Roberto Della Casa che ha affrontato con garbo e al contempo decisione il tema dell'attualità dell'Ortofrutta, settore che dovrebbe andare "Oltre" ed ambire ad inserirsi tra i "desiderata" del pubblico, quei beni di lusso che rappresentano i "desideri" della platea più che, come capita oggi, limitarsi alla semplice risposta ad una serie di bisogni. Lo ha fatto cadenzando gli interventi degli illustri ospiti, dopo le introduzioni di Cristina Lazzati, direttrice di Mark Up e Chiara Daltri, marketing manager di Agroter. Proprio la prima ha anticipato con orgoglio, ricevendo il convinto applauso degli oltre 650 delegati in rappresentanza delle aziende di settore, la prossima nascita di un gruppo (del quale farà parte) delle donne dell'Ortofrutta.

Intervento incentrato sull'importanza della narrazione quello di Oscar Farinetti, recente protagonista della nascita di un nuovo grande progetto (FICO) che ha proprio nel racconto del cibo, partendo dal suo inizio, quindi dalla terra, il proprio fulcro. Senza dimenticare il tema della biovalorizzazione, per far diventare business ciò che prima di tutto è impegno e atteggiamento virtuoso. Mattia Vezzola (Bellavista) ha invece sottolineato come le armi principi per affermare un prodotto siano qualità e coerenza nel tempo. Così il vino Franciacorta è diventato un must e continua ad incrementare la propria presenza sui mercati, primo fra tutti quello italiano. Per Vezzola il "marketing" deve essere fonte di educazione e di indirizzo per consentire al consumatore di scegliere il meglio in ragione delle potenzialità economiche di cui dispone. "Una pianificazione almeno ventennale, nel nostro ambito – ha precisato – che potrebbe essere d'esempio anche a chi fa politica". Di Green e Glam ha parlato Hellen Hidding. In termini di diritto-lusso alla corretta alimentazione al quale tutti devono poter accedere si è espressa Elena Dogliotti, ricercatrice della Fondazione Umberto Veronesi. Molto simpatico il siparietto del comico di Zelig, nonché già imprenditore nell'ambito della ristorazione, Paolo Cevoli, che ha rivisitato il marketing partendo dall'esperienza della sua azienda di famiglia, una piccola pensione sulla riviera romagnola.

Di grande spessore anche la disamina di Mario Gasbarrino (AD Unes) che grazie al marchio "Viaggiator Goloso", è di pochi giorni fa l'apertura del suo terzo punto vendita, ambisce a realizzare i desideri del consumatore, dandogli la possibilità di fare una spesa eccellente a prezzi accessibili in realtà che non sembrano quelle del classico supermercato. Qualità è la sua parola guida, anche nella scelta dei fornitori. Chiaro il suo monito a tutti gli operatori, anche concorrenti: "Inventiamoci nuovi modi per proporci contrastando l'e-commerce e Aldi, vere e proprie minacce". La chiusura è toccata a Roberto Della Casa, che ha dato l'appuntamento al 2018, sempre più numerosi.

Spazio poi alle degustazioni nell'area ingresso del Teatro Manzoni, con protagonista tra gli altri Euroverde Società Agricola, le cui proposte sono state come sempre molto apprezzate dai presenti. Zuppe invernali, Hummus, Armonie di Cereali. Anche e soprattutto da ricette del genere si riparte per dare all'ortofrutta la dignità che merita e farla entrare, step dopo step, in quel lusso accessibile che non è lussuria ma è gratificazione, personale e naturalmente del gusto.

Da Ufficio stampa Euroverde Società Agricola

Roberto Bertellino 338.9391063