



Italia Ortofrutta sarà presente alla prossima edizione di Fruit Logistica che si terrà a Berlino a partire dal prossimo 4 febbraio, con un proprio spazio espositivo ubicato nell'ambito dello stand “ **ITALY” padiglione 2.2 A02.**

L'appuntamento fieristico berlinese assume quest'anno un connotato ed un interesse particolare alla luce anche della congiuntura negativa abbattutasi sui mercati ortofrutticoli nel corso dell'annualità 2014 ed acuita anche dal protrarsi dell'embargo russo, che ha investito duramente il comparto della frutta estiva per poi ripercuotersi anche sulle produzioni autunnali; nella ricerca di possibili soluzioni alla congiuntura in atto

Fruit Logistica

rimane il principale punto di riferimento per gli operatori del settore per cogliere le dinamiche mercantili in corso ed individuare le strategiche che possano consentire di promuovere al meglio la propria produzione non soltanto sul mercato tedesco che rimane tuttora la destinazione privilegiata del nostro

export

ma anche sui mercati internazionali vista l'ampia presenza di buyer provenienti da tutti i paesi del mondo.

La partecipazione dell'Unione all'evento fieristico costituisce un'occasione importante anche per illustrare agli operatori le **politiche di valorizzazione** che Italia Ortofrutta ha avviato nel corso dell'ultimo anno in collaborazione con le OP aderenti e che hanno visto protagonista il **marchio “Viviana”**

per l'uva da tavola a cui si affiancherà già nelle prossime settimane una nuova campagna promozionale dedicata alle

arance

finalizzata ad elevare il tratto distintivo delle nostre produzioni ed uniformare non soltanto la comunicazione ma in primis il prodotto e le sue modalità di presentazione rendendolo

facilmente riconoscibile attraverso la condivisione di comuni standard qualitativi.

Proseguendo l'esperienza avviata nella precedente edizione e per accrescere il livello di visibilità di tutte le OP aderenti, Italia Ortofrutta in collaborazione con *Fructhandel*, la principale rivista del settore ortofrutticolo in lingua tedesca, ha realizzato anche quest'anno un apposito *flyer* promozionale che riporta il dettaglio di tutte le OP associate e delle loro produzioni più rappresentative nonché i riferimenti dei relativi stand nell'ambito della Fiera. L'insero accompagnerà la rivista nello speciale dedicato agli espositori italiani e sarà distribuito in occasione della fiera a tutti gli operatori e buyer nonché alla GDO estera cui sarà trasmesso con una spedizione dedicata, il che consentirà alle aziende di avere visibilità tutto l'anno e di valorizzare i propri brand prima durante e dopo Fruit Logistica.

Con la medesima finalità, nell'ambito della collaborazione con *Fructhandel* è stato riservato all'Unione sul sito istituzionale della rivista un apposito spazio promozionale che consentirà ai visitatori di accedere ad un ampio ventaglio di informazioni sulle OP aderenti con particolare riguardo alla natura ed alle caratteristiche qualitative dei prodotti da esse commercializzate, al fine di favorire il contatto tra operatori e creare nuove opportunità di collocamento e di sbocco commerciale.