

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



FRUTTA E VERDURA TRICOLORE
PER NUTRIRE IL PIANETA

M **2015** NITOR rtofrutta

10° edizione



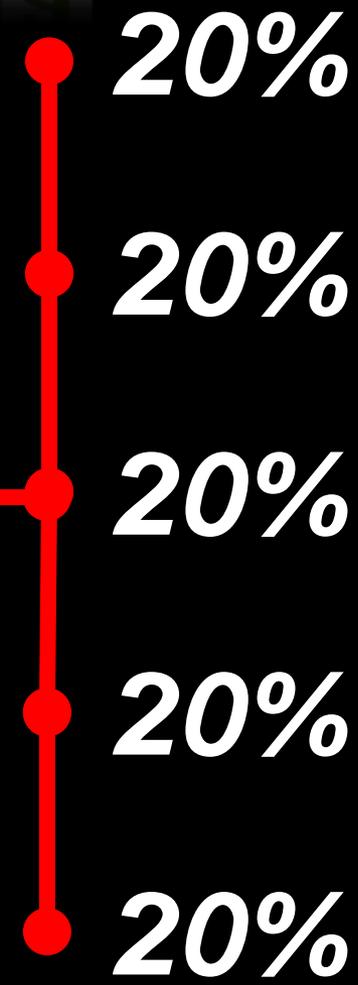
M 2015 NITOR

rtofrutta



2.000

2.500

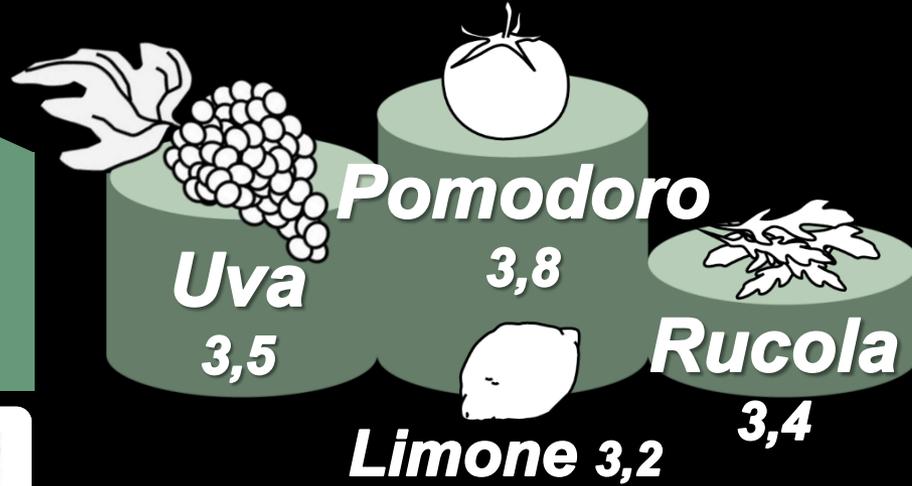


AgroTer
think fresh

Da 1 a 5, quali dei seguenti prodotti rappresentano meglio l'Italia?

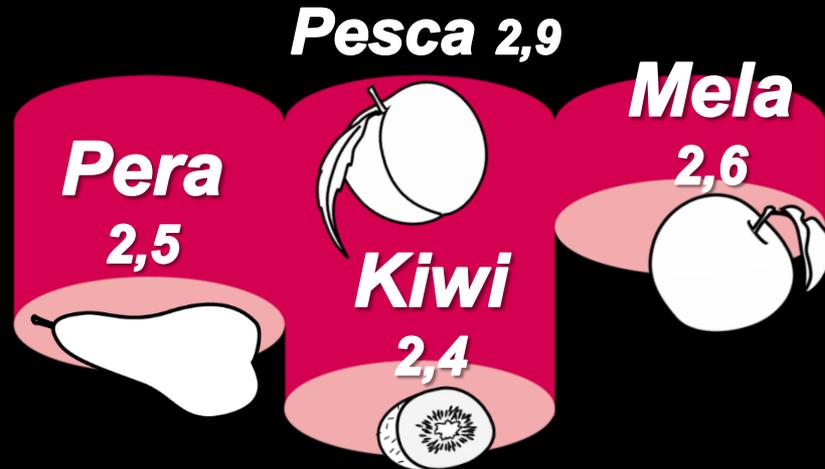
5

Top 4



M2015NITOR
rtofrutta

Last 4



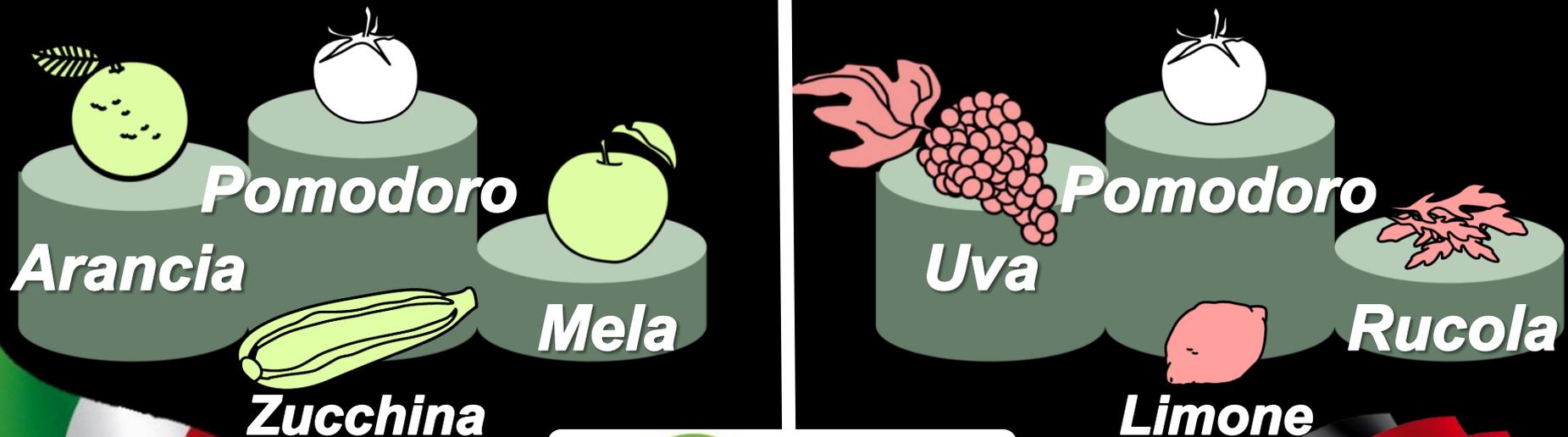
Intervistati



16°

I PRODOTTI PIÙ RAPPRESENTATIVI PER

L'ITALIA

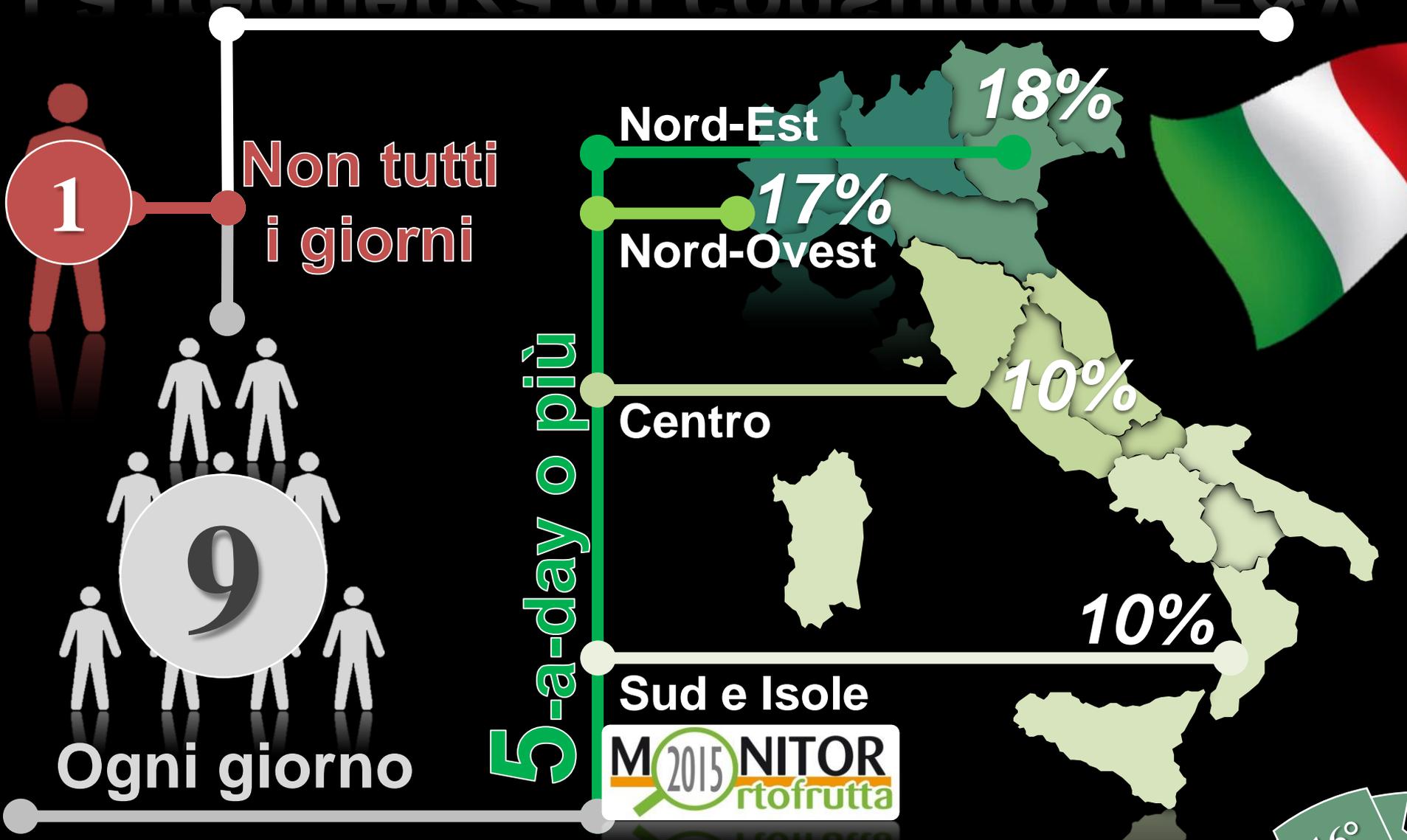


M 2015 **NITOR**
rtofrutta

Rispondenti



La frequenza di consumo di F&V



Soddisfatto o..?

È soddisfatto della F&V che compra al supermercato?



Molto

Abbastanza

Poco/per nulla

Perché non è soddisfatto?



Qualità in generale

Livello maturazione
Freschezza
Gusto

4%

Prezzo troppo alto

28%

Incostanza nella qualità

Freschezza
Estetica
Gusto

22%

ALTRO

Provenienza non idonea – 5%
Diffidenza sul Prodotto – 5%
Altro 12%

Estetica VS Gusto

Nella scelta della frutta da comprare è più importante l'aspetto esteriore o la dolcezza/gusto?

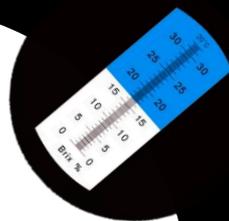


Ha mai sentito parlare del grado BRIX?

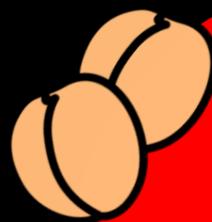
Sarebbe disposto a pagare di più un'albicocca con dolcezza garantita rispetto ad un'albicocca bella ma senza garanzia di dolcezza?



No
98%



Rispondenti



Si
89%



16°

Fiducia e Sfiducia



Gli italiani si fidano

Poco o per Nulla

dei prodotti provenienti da ...

Rispondenti

6%

47%

71%

72%



Rispetto a quella del suo Paese, la produzione

di F&V Italiana/Spagnola è:

più, egualmente o meno salubre?



MONITOR 2015 ortofrutta

MARK UP

#fruttaverdura15

ITALIAFRUIT NEWS
IL PRIMO NETWORK PER I PROFESSIONISTI DELL'ORTOFRUTTA

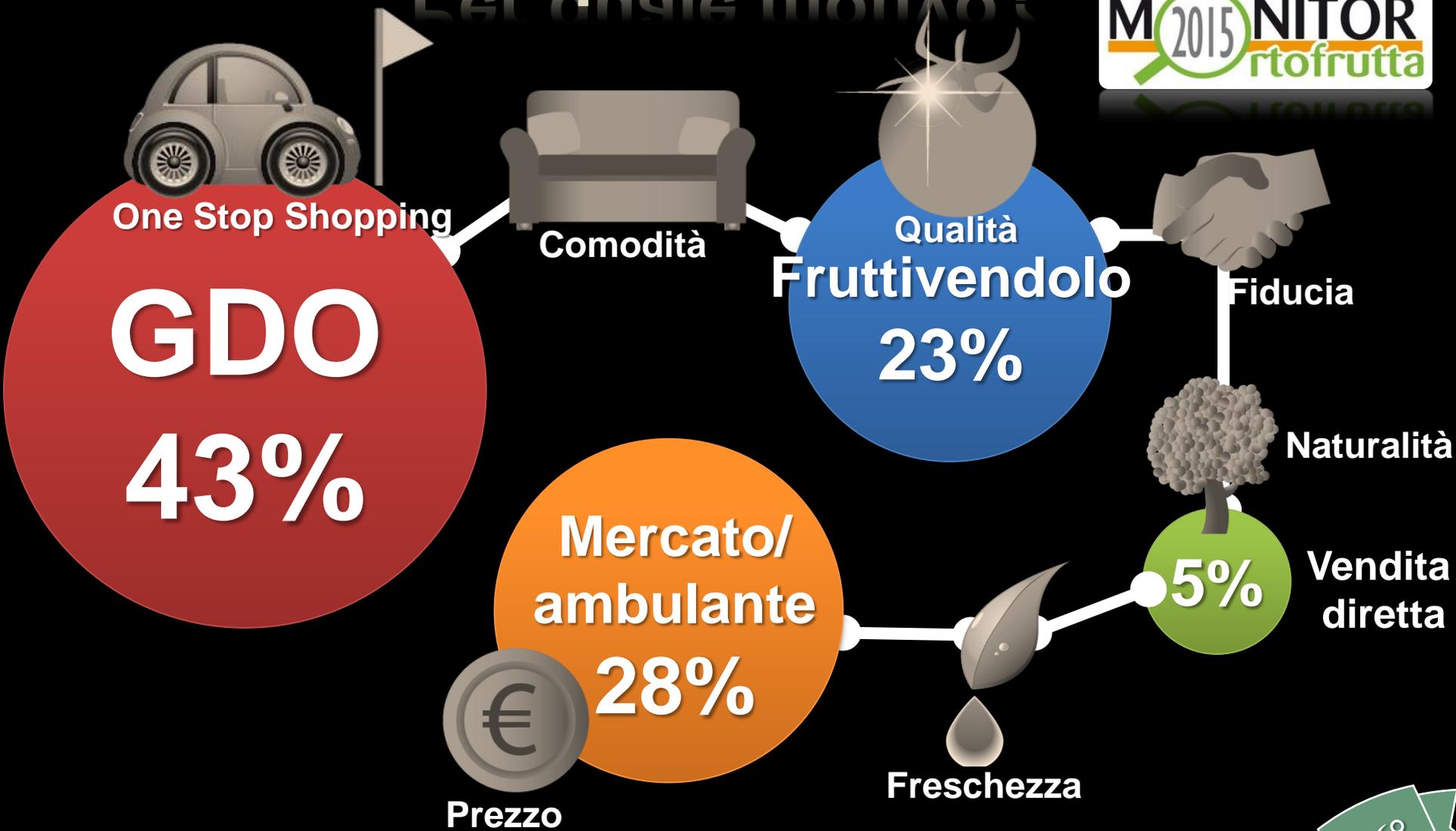
SPECIALE FRUTTA & VERDURA 2015

16°

Con quale frequenza acquista F&V?



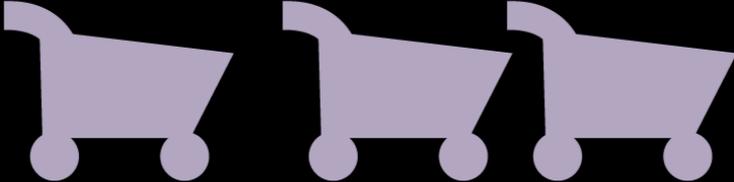
Dove compra, prevalentemente, F&V? Per quale motivo?



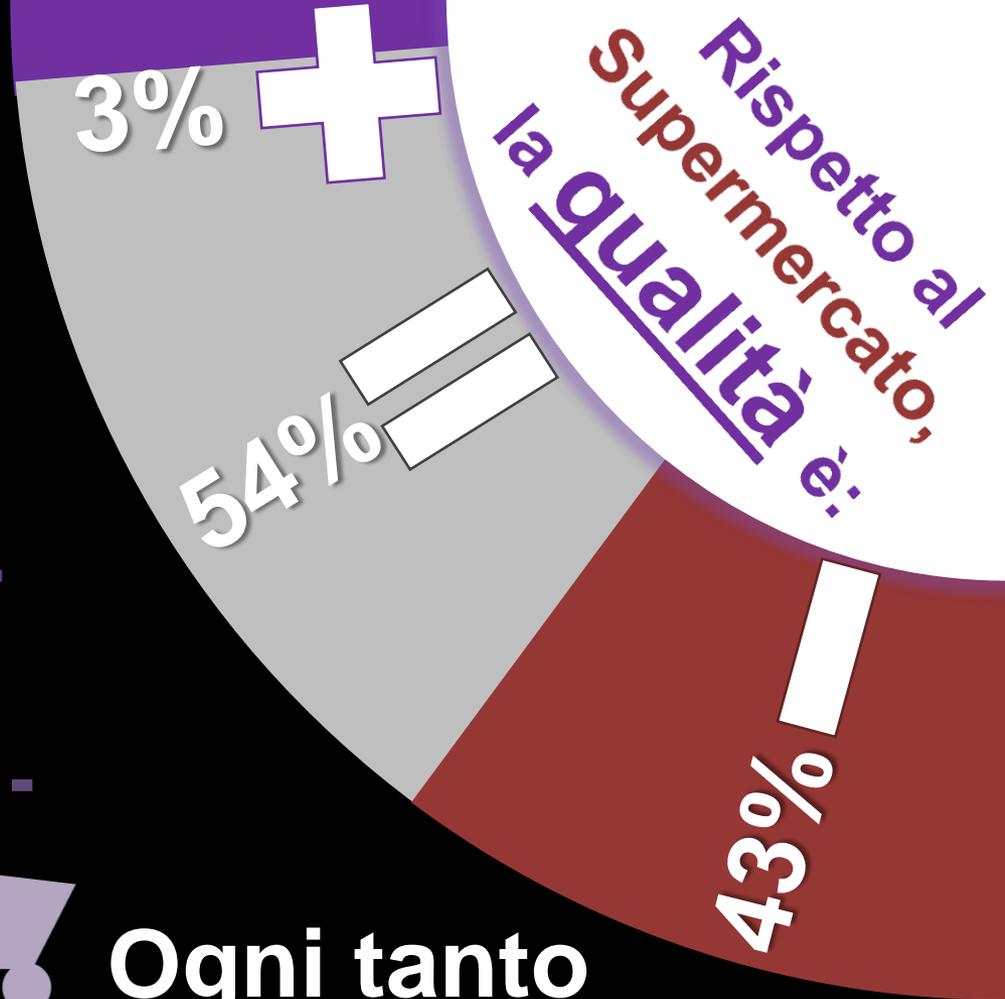
Compra F&V al Discount?

0%  Sempre

3%  Spesso

30%  Ogni tanto

67%  **Mai**



La provenienza è importante ma...

Quanto sono importanti i seguenti aspetti per la scelta di F&V al supermercato?



Molto

75%

69%

66%

Che sia italiano

La provenienza in generale

Che sia locale

Italian Sounding... Ortofrutticolo?

il **71%** degli italiani
pensa che..

Spesso
si crede venduta

come **italiana**
ortofrutta
che...

..in realtà
proviene da

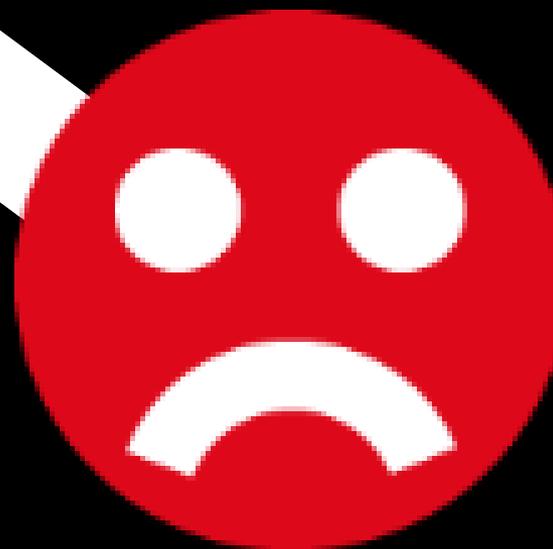
altri paesi



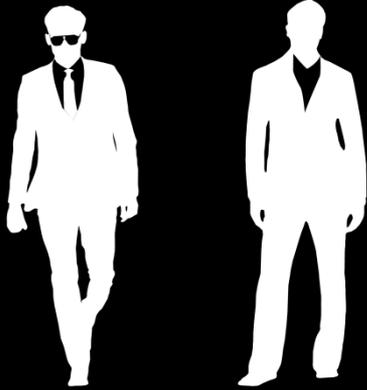


...ma il **71%**
dubita sulla reale
provenienza della
stessa

Il **75%** pensa
che la provenienza
italiana sia molto
importante



Il settore più distintivo per l'Italia



Fashion



Turismo

Arte/Architettura

Alimentare



Il prodotto più distintivo per l'Italia



2°



3°



MONITOR 2015 rtofrutta

#fruttaverdura15

ITALIAFRUIT NEWS
IL PRIMO NETWORK PER I PROFESSIONISTI DELL'ORTOFRUTTA

MARK UP

SPECIALE FRUTTA & VERDURA 2015

16°

Le caratteristiche distintive dell'ortofrutta italiana



Territorio/Ambiente • 54,7%



Varietà • 38,2%



Tradizione • 37,1%



Artigianalità • 23,0%



Tecnologia • 8,8%

MAIN SPONSOR

a s s  m e l a

INFIA[®]



miport

ASSOCIATO CONSUMATORI
DEI PAESI BASSI
110-111-112-113



UNITEC

We work for your results

EXECUTIVE SPONSOR

Ital.Co
Green Line

bestack
L'ESPERIENZA DELL'ITALIAFRUIT

Bonduelle

 **CULTIVA**

Dinmiasi

Il benessere nasce dalla freschezza.

Dole

 **ESASEM**

KANZI
SPECIALTY

Leni's
SÜDTIROL TRENTINO

 **LUICE**

Mazzoni

UNESPAK
FRUIT & VEGETABLES

noberasco

Dal 1901, un mondo di frutta a colori

Opera
LA PERA!

 **ORANFRIMER**
Sicilian Orange Experience

PEVIANI

 **RJK ZWAAN**

 **SALFRUTTA**
L'ESPERIENZA DI UNO DEI PIU' GRANDI DISTRIBUTORI

 **SanLidano**
FRUIT

SPREAFICO

Valfrutta
L'ESPERIENZA DI UNO DEI PIU' GRANDI DISTRIBUTORI

La Natura di Prima Mano

 **Val Venosta**
SALFRUTTA



#fruttaverdura15

ITALIAFRUIT
IL PRIMO NETWORK
PER I PROFESSIONISTI
DELL'ORTOFRUTTA

NEWS

MARK UP

SPECIALE FRUTTA & VERDURA 2015

16°