

MENSILE DI ECONOMIA E ATTUALITÀ DI SETTORE

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

GLI
SPECIALI
DI
FEBBRAIO

CAROTE / MELANZANE / MERCATI

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

I "FOCUS" DI FEBBRAIO

CAROTE

MELANZANE

Tra gli ortaggi che contano, subito alle spalle di patate e pomodori, le carote sono quello che ha sofferto di più il calo dei consumi. Il 2022 si era chiuso con un -5% degli acquisti, il 2023 dovrebbe confermare a consuntivo il dato tendenziale del -6%. E' vero che è calata negli areali principali la produzione, ma è anche vero - quanto poco considerato dalle aziende - che i segnali di novità dal mondo della carota ai distributori e ai consumatori sono stati scarsi se non addirittura assenti nel 2023 (a differenza di anni precedenti, con iniziative per il prodotto IGP e per l'innovazione varietale). Né si è visto a fine anno un effetto Sinner, il giovane altoatesino salito clamorosamente ai vertici del tennis mondiale, che ha dichiarato di essere un convinto consumatore di carote e i cui fan si sono battezzati Carota Boys (non prendiamola solo per una curiosità, ragioniamoci...). Quando l'inflazione si fa sentire nelle tasche dei consumatori, i segnali che possono partire a favore di un prodotto sono ancora più importanti del solito. E ci sono tante buon ragioni per cui la carota possa partire da una base solida: l'essere considerata un prodotto essenziale.

Il nostro Focus Carota partirà proprio da questo: come reagire a consumi arrivati ai minimi storici, nonostante la qualità sia oggi decisamente superiore rispetto al passato.

Produzione tendenzialmente in aumento per la melanzana italiana, oltre le 330 mila tonnellate, con tassi di crescita annua anche del 10% quando il clima è favorevole. Siamo i primi produttori europei, con una forte concentrazione dell'offerta in Sicilia, largamente assorbita dal mercato interno, ma non i primi esportatori: la Spagna ci supera, ed anche Olanda e Grecia sono piuttosto agguerrite, anche se rimangono dietro. Per le tipologie lunga, tonda, violetta e striata, è importante la ricerca indirizzata ad una innovazione varietale orientata alla riduzione dei costi e ad ottenere bassi residui ed una buona conservabilità. Le aziende sensibili ai nuovi orientamenti indicati dalle case sementiere sono quelle destinate a tenere meglio il mercato. Il nostro Focus Melanzana farà il punto sulle prospettive della melanzana italiana sul mercato interno e all'estero attraverso interviste alle principali aziende di produzione, ai sementieri e ad alcuni distributori.



NON MANCATE!

Alle Aziende, Consorzi, OP e Associazioni che intendono assicurarsi una visibilità attraverso una presenza promozionale verrà riservato uno spazio per un'intervista sulla loro produzione. Di seguito sono indicate le varie possibilità di intervento promozionale con le rispettive tariffe e formati.

CONTATTATECI! Assieme alla nostra redazione siamo a disposizione per dare risalto al Vostro ruolo di PROTAGONISTA DEL SETTORE.

PER UNA PRESENZA PUBBLICITARIA**COSTI E FORMATI**

Pagina intera € 1.050 + IVA • 1/2 pagina € 650 + IVA • 1/3 pagina € 480 + IVA • Piede di pagina € 310 + IVA

POSIZIONI SPECIALI

- Prima di copertina: € 2.000 + IVA
- Seconda di copertina: € 1.500 + IVA
- Terza di copertina: € 1.200 + IVA
- Quarta di copertina: € 1.800 + IVA

CONTATTI: VITTORIO RIBOLDI / 342 1346767 / vittorio.riboldi@libero.it

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

IL "PRIMO PIANO" DI FEBBRAIO

MERCATI

Da un lato la crisi, determinata in prima battuta dai grandi cambiamenti in atto nello scenario distributivo, che impone un nuovo modo di gestire le piattaforme e interpretare il ruolo di grossista; dall'altro, un'ascesa nella considerazione del mondo della politica e degli stessi stakeholder che prospettano al settore nuove opportunità, anche in termini economici. E' un momento storico cruciale per Mercati all'ingrosso e per Centri agroalimentari, con una forbice tra grandi e piccole strutture che si va gradualmente ampliando e prefigura una razionalizzazione, attesa proprio quest'anno, per allineare l'Italia con i più importanti Paesi europei dove il numero delle piattaforme è da tempo all'osso.

Cittadelle della logistica, snodi strategici dell'agroalimentare dalla forte vocazione green, che

fanno della sostenibilità e della lotta allo spreco un mantra per essere sempre più al passo con i trend e le esigenze imposti dal mercato globale: questa la trasformazione che attende i Mercati e che qualcuno ha già intrapreso.

In questo contesto, la figura del grossista è a sua volta in forte cambiamento e richiede sinergie strategiche, anche con gli enti gestori, perchè solo qualità, sicurezza della materia prima, efficienza e servizio potranno garantire un futuro a una professione dalle prospettive incerte vuoi per la carenza di ricambio generazionale (complici gli orari notturni, eterna questione irrisolta), vuoi per la concorrenza di una moderna distribuzione che bypassa i Centri agroalimentari.

Tutti questi temi saranno affrontati nel Primo Piano Mercati del Corriere Ortofrutticolo 1/24.



NON MANCATE!

Alle Aziende, Consorzi, OP e Associazioni che intendono assicurarsi una visibilità attraverso una presenza promozionale verrà riservato uno spazio per un'intervista sulla loro produzione. Di seguito sono indicate le varie possibilità di intervento promozionale con le rispettive tariffe e formati.

CONTATTATECI! Assieme alla nostra redazione siamo a disposizione per dare risalto al Vostro ruolo di PROTAGONISTA DEL SETTORE.

PER UNA PRESENZA PUBBLICITARIA

COSTI E FORMATI

Pagina intera € 1.050 + IVA • 1/2 pagina € 650 + IVA • 1/3 pagina € 480 + IVA • Piede di pagina € 310 + IVA

POSIZIONI SPECIALI

- Prima di copertina: € 2.000 + IVA
- Seconda di copertina: € 1.500 + IVA
- Terza di copertina: € 1.200 + IVA
- Quarta di copertina: € 1.800 + IVA

CONTATTI: VITTORIO RIBOLDI / 342 1346767 / vittorio.riboldi@libero.it