

COMUNICATO STAMPA

AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA MEDIA 2023 AGRIBOLOGNA: il socio produttore come 'specialista d'eccellenza' e le albicocche dalla Romagna. Le sfide ambientali

Al centro, il socio produttore come specialista e custode della terra e le albicocche romagnole 'Questo l'ho fatto io'

22 giugno 2023 – **Gruppo Agribologna**, fra i maggiori gruppi nazionali e fra le più solide realtà del comparto agro-alimentare dell'Emilia-Romagna, dà il via alla nuova Campagna di Comunicazione 2023.

La campagna celebra il valore del socio produttore come vero e proprio specialista della terra e il carattere peculiare del prodotto, che rappresenta appieno l'eccellenza e le qualità del territorio. Tra i protagonisti del lancio dei prossimi giorni, la famiglia **Fabbi** con le albicocche '**Questo l'ho fatto io**', da **Sant'Arcangelo di Romagna**, disponibili sugli scaffali della GDO in vassoi di cartoncino, riciclabili e sostenibili, a partire da giugno. Come di rito per la linea. **Questo l'ho fatto io**, la confezione del prodotto riporta il volto del produttore, il nome del prodotto e il territorio di produzione.

Nella comunicazione finale destinata agli organi di stampa, la figura del socio è in primo piano e tiene in mano orgogliosamente il suo prodotto. L'immagine è volutamente *desaturata* con un alto contrasto, e il protagonista si pone con un atteggiamento fiero e orgoglioso di presentare il suo prodotto come se fosse ad una "prima" cinematografica. La Campagna ha visto un'anticipazione a Macfrut 2023, con protagonista Alberto Nanni e i suoi asparagi verdi.

La Campagna 2023, impostata sul messaggio dello 'specialista', aggiunge un significato nuovo rispetto alla comunicazione 2022, conferendo al termine 'specialista' una vera e propria interpretazione ad hoc, firmata Agribologna. Ogni socio rappresenta, aldilà delle pratiche specifiche di cui si fa portavoce, un suo modo e una sua visione personale di essere specialista, raccontando la sua vocazione. La campagna è un omaggio al legame profondo e genuino che mette in relazione **territorio, prodotto e produttore**, in una continua attività di **ricerca e sviluppo**, con lo scopo di garantire la migliore qualità del prodotto e la sostenibilità della produzione, nell'affrontare l'evolversi delle sfide ambientali.

Il socio produttore è il custode e *artista* del territorio e della terra. È il conoscitore di ogni suo segreto e caratteristica, è uno specialista, come speciale è il suo prodotto.

Le principali varietà di albicocca 'QLI' che ruotano per la raccolta, nel periodo maggio-luglio, sono **lady cot, flopria, wonder cot, lilly cot, lido, farbaly**:

- **Lady cot:** il frutto è di calibro elevato, ha una forma ovale-arrotondata, un colore di fondo arancio luminoso e un sopraccoloro rosso esteso sul 30-40% della superficie. La polpa è di colore arancio chiaro, è consistente, di buona conservazione, succosa e dal sapore dolce, di buona resistenza alle manipolazioni.
- **Flopria:** il frutto è di forma tonda o ovale, presenta un'elevata pezzatura. Il colore è arancio con un blush rosato. Possiede buone caratteristiche organolettiche e un gusto particolarmente dolce.
- **Lilly cot:** il frutto presenta una forma oblunga e un colore arancio luminoso. La polpa è d'elevata consistenza e di buone qualità gustative, dolce e succosa.
- **Lido:** il frutto è di forma ovoidale, ha una buona consistenza non sensibile, con un fondo arancio e un abbondante sopraccoloro rosso. Il sapore è dolce e aromatico.
- **Farbaly:** il frutto appare di forma ellittica e ha un calibro medio. La polpa ha una buona consistenza, una colorazione arancio con sopraccoloro rosso sul 30% della superficie, il sapore è equilibrato e dallo spiccato profumo.

- **Wondercot:** il frutto presenta un'elevata pezzatura, una forma ovale-oblunga e un colore di fondo arancio luminoso, con sopraccoloro arancio scuro esteso. La polpa è consistente, di sapore equilibrato ed aromatico, di ottime qualità organolettiche.

*"Le albicocche targate **'Questo l'ho fatto io'** sono solo un esempio di come Agribologna valorizzi le eccellenze del territorio e promuova prodotti autentici. Siamo orgogliosi di continuare a offrire ai consumatori prodotti della più alta qualità, provenienti da soci produttori realmente 'dedicati' e da un territorio ricco di tradizioni. La Campagna 2023 rappresenta un ulteriore passo avanti nella promozione di una linea che sentiamo come speciale, dedicata a una produzione responsabile, in cui mettiamo davvero 'la faccia.'" - afferma **Massimiliano Moretti, Direttore Generale Gruppo Agribologna** - "L'annata 2023 si è rivelata impegnativa come non mai. Dalla siccità siamo passati repentinamente alla disastrosa alluvione che ben sappiamo, mentre ad aprile avevamo anche registrato gravi gelate, che hanno impattato più di altro sul raccolto. Va davvero individuato un modo nuovo di 'fare agricoltura', come siamo impegnati già da tempo a fare. Per quanto riguarda i nostri soci, i danni più ingenti sono stati registrati nella fascia del bolognese al confine romagnolo e in alcune zone della Romagna. Siamo con loro e desideriamo esprimere la nostra vicinanza anche a tutte le altre realtà del nostro settore colpite, nell'intero territorio di riferimento. Si tratta a questo punto di sfide cruciali, per affrontare le quali lo spirito e la forza che indubbiamente contraddistinguono questo territorio - che abbiamo voluto ricordare nella campagna - e che sono stati dimostrati nei fatti nelle scorse settimane, devono vedere il più ampio, trasversale e forte sostegno esterno possibile."*

LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE AGRIBOLOGNA 2023

Prodotti e soci protagonisti: Filippo e Nicola Fabbri, rispettivamente specialisti delle albicocche Flopria e Ladycot, Albicocche 'QLI' (Società Agricola Fabbri, Santarcangelo di Romagna, Rimini); Alberto Nanni, Asparagi Verdi QLI (Società Agricola Manni di Magnani, Santarcangelo di Romagna, Rimini)

Il media-mix prevede: televisione; radio; stampa di settore, food, cucina; social (Instagram e Facebook) e digital advertising (Youtube, Google e Social).

La Campagna media 2023 di Agribologna è a cura delle agenzie Lo Studio - Hibo e E-Logic

GRUPPO AGRIBOLOGNA con sede a Bologna, è una vera e propria filiera dedicata a gestire tutte le fasi di produzione, lavorazione e distribuzione dell'ortofrutta fresca, assicurando **qualità costante, sicurezza alimentare, tracciabilità e cultura del territorio**. A custodia della terra le **tecniche adottate sono di coltivazione integrata (certificazione SQNPI) e biologica**. Ad oggi vede **2.500 clienti** nei canali GDO, ristorazione commerciale, collettiva e retail tradizionale, un fatturato stimato per il 2023 ad oltre **250 mln** (totale gruppo) e **253 dipendenti**, confermandosi come una delle più significative **realtà italiane di settore**.

Le principali società del gruppo sono: Consorzio Agribologna, società capogruppo, e CONOR, azienda leader nella distribuzione dei prodotti ortofrutticoli freschi.

I principali brandi di prodotto sono: Fresco Senso dedicato alla frutta fresca di IV gamma, pronta da mangiare. **Questo l'ho fatto io** dedicato alla frutta e verdura confezionata di I gamma dei soci del Consorzio Agribologna

CONSORZIO AGRIBOLOGNA oggi cooperativa di primo grado, attiva da oltre vent'anni, è nata a Bologna nel 1997, dall'unione di sei cooperative, trasformatasi poi nel 1998 in Organizzazione di Produttori (O.P.). **106 soci, con aziende agricole in sette regioni italiane**, 4.500 Ha di superfici fondiari disponibili; 2.900 ha superficie coltivata a ortofrutta; 760.000 q volumi commercializzati dalla cooperativa. Principali canali di vendita del consorzio sono 50% GDO e 50% Normal Trade. Il Consorzio coinvolge oggi agricoltori attivi in Emilia-Romagna, Lombardia, Veneto, Lazio, Calabria, Puglia e Sicilia, garantendo così un **prodotto italiano** durante l'intero anno.

Ufficio Stampa AGRIBOLOGNA a cura di MEC&Partners

paola.abruzzese@mec-partners.it | + 39 349/2325481 * valerio.curto@mec-partners.it | + 39 327/3575292