

## Agribologna a Macfrut 2024

8-10/05 2024 - Fiera di Rimini - Padiglione B3\*Stand 113

Con la nuova campagna 'Il mio specialista' e la nuova linea 'Le foglie': 'Questo l'ho fatto io' è al centro della presenza al salone di Rimini.

*Nel 2023 il marchio "Questo l'ho fatto io" registra un aumento del +22% rispetto all'anno precedente.*

Agribologna prosegue il suo cammino di innovazione, spesso pionieristica, anche nelle campagne di comunicazione. **'Il mio specialista' è il claim al centro della nuova campagna della Linea di ortofrutta 'Questo l'ho fatto io'.**

**Protagonisti:** il socio Gabriele Zavoli (Poggio Torriana, RN), con le Pesche nettarine bianche e il socio Paolo Angiolini (Castenaso, BO), con la Zucchina chiara di Bologna. Per la prima volta, con loro, è presente anche la figura del 'consumatore' che interagisce e si rivolge allo specialista di riferimento, al tecnico di fiducia, a garanzia 'personale' dei più alti standard di qualità.

'Questo l'ho fatto io' ha comunicato fino ad oggi raccontando la verità, sul proprio prodotto e sui propri produttori. Lo ha fatto scegliendo e definendo uno stile minimale, autentico e realistico e continua a farlo anche oggi. La pandemia prima, le tensioni internazionali poi - con tutte le loro implicazioni socio-economiche - hanno reso troppo spesso difficile e messo in discussione l'accesso anche ai beni primari. Si è fatto strada uno stato continuativo di incertezza e preoccupazione, che porta a ridurre la spesa al supermercato. Tra le strategie di contenimento della spesa messe in campo, c'è la riduzione degli sprechi, piuttosto che la spesa al discount. La qualità può rivelarsi ancora oggi la verità più importante. 'Questo l'ho fatto io', dopo anni di consolidamento della propria credibilità, coglie ancora una volta l'opportunità di divenire esemplare, 'portando il consumatore sul campo', nella propria campagna di comunicazione.

Con la presenza del 'consumatore' e l'inserimento dell'aggettivo 'mio', si accorcia ancora di più la distanza, con il produttore, specialista di fiducia.

**Il media-mix prevede:** televisione; radio; social (Instagram e Facebook) e digital advertising (Youtube, Google e Social).

**La Campagna media 2024 di Agribologna è a cura delle agenzie Nimai e E-Logic**

**Nuova Linea 'Le foglie':** 'Questo l'ho fatto io', il brand 'top di gamma' dei soci della cooperativa Agribologna, rafforza la sua comunicazione anche nel mondo dei **prodotti a foglia**, ideando un nuovo packaging, presentato a Macfrut 2024. L'incarto valorizza il concept del brand. Il socio resta protagonista, ma la sua presenza viene ulteriormente supportata da una nuova grafica ad hoc, coerente nella gamma cromatica e da una comunicazione specifica per la particolare offerta di prodotti, che negli anni si è sempre più evoluta e rafforzata.

**Nasce così la nuova linea 'Le Foglie'**, che segue il percorso già iniziato nella stagione 2021 con il marchio collettivo della "Zucchina Chiara di Bologna" e proseguito nella stagione invernale 23/24 con 'I Cotti' del socio Magri, per la valorizzazione di linee di prodotti davvero 'speciali', nella gamma più generale di 'Questo l'ho fatto io'.

*“Per noi di Agribologna, e in particolare per la linea ‘Questo l’ho fatto io’, ogni nuova campagna di comunicazione è un passo avanti nel nostro percorso, significa siglare una nuova tappa nel cammino di qualità e di dialogo con i partner e con i consumatori, che ci contraddistinguono. Si tratta per noi di ‘mettere in campo - è il caso di dirlo - i nostri valori più importanti, sempre ‘mettendoci la faccia’. Ed è così anche per la nuova campagna ‘Questo l’ho fatto io’, che presentiamo a Macfrut 2024. Ci fa poi particolarmente piacere presentare la nuova linea: ‘Le Foglie’, che testimonia e rappresenta il meglio di questi prodotti, fra Bologna e Rimini. Continuiamo a innovare, con orgoglio e motivazione, nel segno della nostra missione e dell’impegno quotidiano dei nostri soci.”* È il commento di **Marco Guidi, Responsabile Commerciale Gruppo Agribologna**.

### **La linea ‘Le Foglie’ è composta da:**

- Lattuga Salanova, rossa e verde, in confezione da 150 gr.  
Periodo GEN-DIC. Produttori: Calegari, Laffi (Bologna)
- Radicchi taglio estivi, in confezione da 150 gr.  
Periodo MAG-OTT. Produttori: Calegari, Roversi (Bologna)
- Radicchi misti invernali, in confezione da 300 gr.  
Periodo OTT-MAR. Produttori: Angiolini, Calegari, Lipparini, Marzaduri, Pederetti, Rizzoglio, Laffi, Roversi, Astolfi (Bologna - Rimini)
- Radicchi tricolore in confezioni da 350 gr.  
Periodo NOV-MAR, Produttore: Ambruosi (Bologna)

*Per saperne di più sui prodotti:*

- **Salanova**  
<https://questolhofattoio.agribologna.it/it-IT/Prodotti/Le-Foglie/lattuga-gentile-verde>
- **Radicchi misti**  
<https://questolhofattoio.agribologna.it/it-IT/Prodotti/Le-Foglie/Radicchi-misti>
- **Radicchi tricolore**  
<https://questolhofattoio.agribologna.it/it-IT/Prodotti/Le-Foglie/Radicchi-tricolore>
- **Radicchi da taglio** <https://questolhofattoio.agribologna.it/it-IT/Prodotti/Le-Foglie/Radicchio-verde-da-taglio>

\*\*\*

**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 **realità italiane di settore**.

**Le principali società del gruppo sono: Consorzio Agribologna, società capogruppo, e CONOR, azienda leader nella distribuzione dei prodotti ortofrutticoli freschi e ARANDIS società commerciale specializzata nella distribuzione ai canali GDO e Normal Trade. Fresco Senso è il brand del Gruppo Agribologna dedicato alla frutta fresca di IV gamma, pronta da mangiare.**

**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 23 25 481 \* valerio.curto@mec-partners.it | + 39 327 35 75 292**