



myfruit.TV

[Scopri di più](#)

FOCUS GDO 2025 | Speciale MyMarcaFresh



RIMANI AGGIORNATO!

FOCUS GDO



29 marzo 2025

Ortofrutta: valori e comunicazione al tempo di Maiora



comunicazione di **Maiora**, illustra le strategie per **valorizzare genuinità, italianità e sostenibilità**.

"Il reparto ortofrutta di **Despar Centro Sud** si impegna a comunicare ai consumatori **valori fondamentali come la genuinità** dei nostri prodotti e la passione per il nostro lavoro - inizia - Un aspetto che ci sta particolarmente a cuore è quello dell'**italianità**, visto che circa **il 95% dei nostri fornitori è italiano**, e ciò si lega indissolubilmente agli aspetti del **chilometro zero** e della **sostenibilità**".

"Preferiamo offrire prodotti locali, per **garantire freschezza** e ridurre l'impatto ambientale. Scegliamo produttori che coltivano frutta e verdura in zone vocate per clima e tradizione, al fine di garantire elevata qualità. A questo proposito, controlliamo colture e prodotti tramite analisi chimico-fisiche e verifiche organolettiche scrupolose".

Per trasmettere questi valori l'azienda utilizza una combinazione di strumenti di comunicazione che le consenta di raggiungere i clienti in modo diretto e coinvolgente.

"Il **volantino è il primo strumento efficace** a tal proposito, dove segnaliamo i prodotti italiani o a chilometro zero, per sensibilizzare i consumatori sui benefici delle coltivazioni rispettose dell'ambiente - spiega De Gennaro - Al suo interno dedichiamo anche degli spazi appositi alla diffusione dei contenuti inerenti a **Passo dopo Passo**, il programma di controllo di Despar Italia basato sulle regole sicure che permettono ai nostri clienti di conoscere la provenienza di carne, pesce, **frutta e verdura** che comprano nei nostri supermercati".

RIMANI AGGIORNATO!





comunicazione è poi condivisa **anche sui nostri social media**, dove riusciamo a interagire in tempo reale con la nostra community, nonché sui nostri siti web, dove il programma è approfondito e spiegato nel dettaglio".

"Nei nostri punti di vendita ricorriamo a **etichette e bollini** per segnalare i prodotti inerenti a *Passo dopo Passo*, **personalizziamo le pareti dei negozi per ogni reparto** e, per quanto concerne il **reparto ortofrutta**, abbiamo predisposto **colonne con spazi dedicati alle proprietà organolettiche** dei vari prodotti o alla conoscenza della filiera, in linea con il nostro **Format 35**".

Genuino, sicuro, sostenibile

I messaggi principali, dicevamo, si incentrano sulla genuinità, quindi sull'**invito a mangiare prodotti italiani e locali**.

"Pensiamo alla terza edizione de *La Carovana della Prevenzione* con **Komen Italia**, durante la quale abbiamo anche svolto una **campagna di sensibilizzazione** che partisse dalla sana alimentazione, convinti che la cura di sé e la prevenzione partano innanzitutto dal carrello della spesa e dalle nostre tavole", ricorda Grazia De Gennaro.

"Ci teniamo poi a veicolare la **sicurezza dei prodotti**, nonché la **sostenibilità**, per comunicare ai consumatori l'importanza di scegliere prodotti freschi e sicuri, soggetti a un controllo rigoroso. Quest'ultimo è garantito anche dalle **consegne quotidiane** che svolgiamo e dalla **conservazione attenta durante il trasporto**. Vogliamo invitare a consumare ortofrutta sostenibile e di qualità".

Sostenibilità a tutto tondo

L'azienda dedica la massima attenzione al tema della **sostenibilità a tutto tondo**.

"Come accennato prima, cerchiamo di comunicare **in modo trasparente e capillare** il nostro impegno sostenibile sui social, sul volantino, sul nostro sito e tramite le etichette dei nostri prodotti", aggiunge la manager.



RIMANI AGGIORNATO!

"I consumatori rispondono positivamente alle nostre iniziative, apprezzando le azioni che creano il minor impatto ambientale possibile e **promuovono la riduzione dello spreco alimentare, il riciclo e il packaging sostenibile**. Per quest'ultimo, in particolare, noi operiamo personalmente la scelta in merito ai prodotti a marchio; gli altri prodotti vengono confezionati direttamente dai fornitori, ed è per questo che la nostra selezione ricade solo su **fornitori scelti e di fiducia**. I clienti riconoscono il nostro impegno in materia, e questo rafforza il nostro legame e la fiducia nei nostri prodotti".

Responsabilità in primo piano

"Per il prossimo futuro, continueremo a concentrarci su una comunicazione che abbia il **duplice obiettivo** di veicolare certamente **aspetti commerciali, ma anche valoriali**. Continueremo a **focalizzarci sull'assortimento** dei prodotti e sulle esigenze dei nostri consumatori, ma allo stesso tempo consolidaremo ulteriormente la nostra **comunicazione istituzionale**, non solo sui social, ma a partire innanzitutto dai nostri punti di vendita".

"Vogliamo rafforzare i nostri **ideali di qualità, sostenibilità e impegno** verso il territorio, perché - conclude Grazia De Gennaro - la nostra **responsabilità** si traduce anche in questo: siamo consapevoli del nostro ruolo, e vogliamo contribuire in modo concreto e quotidiano".

Raffaella Quadretti

[comunicazione](#)

[Maiora](#)

