



COMUNICATO STAMPA N.21 – 7.10.2022

FONTE: CONS.TUTELA CIPOLLA ROSSA TROPEA CALABRIA IGP | ADV MAIORA – COMUNICAZIONE INTEGRATA

LA ROSSA DI TROPEA PROTAGONISTA AL MARKETING & RETAIL SUMMIT PRODUZIONE E TERRITORIO, CONTINUA PROMOZIONE SI DIALOGA CON ESPERIENZE CONSERVIERE NAZIONALI

TROPEA (VV) – venerdì 7 ottobre 2022 – Per un'esperienza come quella del Consorzio della Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP che continua ad avere come missioni ed obiettivi strategici la promozione e la valorizzazione di un prodotto strettamente legato al suo territorio, partecipare da protagonista al Marketing & Retail Summit 2022 tenutosi a Milano, rappresenta un ulteriore tassello nel percorso che si vuole portare avanti per creare opportunità di crescita e sviluppo per la Calabria intera.

È quanto dichiara Giuseppe Laria, Presidente del Consorzio della Cipolla Rossa di Tropea Calabria Igp esprimendo soddisfazione per l'attenzione e l'interesse riscontrata in occasione dell'evento che da 17 anni rappresenta un immancabile appuntamento per buyer, protagonisti del retail, dell'e-commerce, startup e innovatori e segna i percorsi di innovazione nella distribuzione.

Marketing & Retail Summit – aggiunge – rappresenta un momento di interazione e scambio, utile a favorire sinergie e ad allacciare relazioni commerciali. Così è stato per il Consorzio, tra gli sponsor dell'evento, che ha avuto modo confrontarsi e prendere contatti per eventuali future collaborazioni con esperienze importanti nel panorama nazionale, principali protagonisti del retail e della GDO nazionale, come l'industria conserviera La Torrente rappresentata all'evento dall'export manager Giuseppe Torrente, Sabato D'amico, amministratore dell'omonimo brand italiano specializzato in sottolio e sottaceto di qualità, il general manager del Gruppo Commerciale Selex, Daniele Tasca, Francesco Pugliese, Amministratore delegato della CONAD Italia ed il vicepresidente di Federdistribuzione Giorgio Santambrogio.

Autorevoli e prestigiosi gli interventi dei relatori saliti sul palco del Manzoni per l'evento che ha fatto registrare numerose presenze (550 fisiche e 320 in streaming) e che ha avuto una eco importante sui media di settore nazionali: da Matteo Arata, Consulting Retail Italy Lead Accenture a Marina Bassi Caporedattrice Mark Up, da Fausto Caprini, Amministratore Delegato Retex, passando da Cristina Lazzati, Direttrice Mark Up, Gdoweeek, Fresh Point Magazine e Italian Food Excellence.

Human Retail: nell'epoca della scarsità delle risorse, la valorizzazione del capitale umano è la sfida da vincere. – È stato questo il tema che ha fatto da filo rosso alla serie di interventi che hanno impreziosito il programma dell'evento ospitato al Teatro Manzoni. Si è parlato di transizione del retail e valorizzazione del capitale umano, alla ricerca di una sintesi tra elementi diametralmente opposti come intelligenza artificiale ed emozionale, canale fisico e virtuale, esperienza di generazioni diverse come boomers e millennials.

In questo contesto si inserisce anche l'esperienza del Consorzio della Cipolla Rossa di Tropea Calabria IGP e della sua filiera che assegna un ruolo di straordinaria importanza al Produttore. Seleziona e cura la produzione del seme e quindi provvede al trapianto dei sementali secondo i criteri imposti dal Disciplinare, vagliati nelle diverse fasi dall'Organismo di Controllo. Il prodotto, giunto a maturazione, viene poi ceduto al Confezionatore che ne garantisce la corretta conservazione e la commercializzazione. Essendovi l'obbligo di confezionamento all'interno dell'area di produzione, il confezionatore diventa una figura di rilievo in quanto, una volta confezionato, il prodotto non è più manipolabile. Tutti gli operatori successivi, infatti, devono limitarsi alla sola distribuzione, in questo modo si ha certezza sulla provenienza del prodotto dall'area vocata calabrese.

FONTE: CONS.TUTELA CIPOLLA ROSSA TROPEA CALABRIA IGP | ADV MAIORA – COMUNICAZIONE INTEGRATA