PERIODICO MARITTIMO INDIPENDENTE A DIFFUSIONE INTERNAZIONALE
A BILINGUAL SHIPPING NEWSPAPER
L'INFORMATORE NAVALE
FONDATO NEL 1964 di NAPOLI

Bestack a Fruit Logistica porta uno sguardo verso l'ortofrutta del 2016

Il consorzio nazionale dei produttori di imballaggi in cartone ondulato per ortofrutta dal 3 al 5 febbraio torna a Berlino alla Fiera Messe nello spazio collettivo del CSO, sotto l'ombrello del Marchio Italy

Forlì, 29 gennaio 2016 – E' tutto pronto per la nuova edizione di **Fruit Logistica**, la vetrina di riferimento a livello internazionale per aziende, retailer, buyer e operatori del settore ortofrutticolo, in programma **dal 3 al 5 febbraio** alla Fiera Messe di **Berlino.**

Bestack, il consorzio non profit di ricerca che riunisce i produttori italiani di imballaggi in cartone ondulato per ortofrutta, torna in fiera nello spazio collettivo del **CSO-Ice-Fruitimprese-Italia Ortofrutta**, sotto l'ombrello del Marchio Italy, insieme a una quarantina di aziende che rappresentano le eccellenze italiane del settore: l'area espositiva – **Padiglione 2.2, stand A04** - è la più grande di sempre.

In particolare il consorzio cura parte degli allestimenti nell'area eventi e degustazione: **qui il cartone ondulato avrà un ruolo da protagonista**. A fare da scenografia sarà infatti una **parete di cassette a marchio Bestack** – bianche, eleganti, pulite – **a servizio della valorizzazione del prodotto**. E con uno sguardo verso il futuro del comparto: un **futuro in cui il packaging vada oltre le sue mere funzioni logistiche** e conquisti un ruolo da **protagonista nella personalizzazione del prodotto e del brand, nella comunicazione di qualità, tipicità e italianità, nella lotta contro gli sprechi e nella salvaguardia dell'ambiente**.

"L'anno appena concluso, tra tutte le recenti crisi che ci lasciamo alle spalle, è stato quello con i maggiori indizi di stimolo per il settore ortofrutticolo, quello in cui abbiamo messo in campo tante idee e iniziative, e buttato tanta legna nel camino. Il 2016, proprio per questo, deve essere l'anno in cui diamo fuoco al camino – dichiara il direttore di Bestack, **Claudio Dall'Agata** – *Se l'obiettivo è rinnovare la capacità competitiva del settore ortofrutticolo italiano, la ricetta non è semplice, ma noi abbiamo un'idea. Un auspicio, più che altro: cambiamo marcia alla*

nostra comunicazione, in chiave soprattutto consumer, mettiamo da parte l'autoreferenzialità e parliamo al consumatore. Andiamo verso una 'coolizzazione' di frutta e verdura italiana".

Nei dibattiti che hanno acceso il settore, l'opinione è concorde: qualità, bontà e genuinità dei prodotti, da mission di filiera sbandierata ai quattro venti, devono diventare un requisito imprescindibile per far riconquistare la fiducia dei consumatori e far riprendere quota alle vendite, qualificarsi in export, conquistare nuovi canali, stimolare nuove occasioni di consumo.

"Anche nel settore packaging si è investito molto nell'anno appena trascorso – continua Dall'Agata – *L'ultima testimonianza sono i casi di innovazione sugli imballaggi presentati alla recente fiera Marca di Bologna. Non più imballaggi di trasporto, ma confezioni che raccontino il prodotto, ne facilitino l'esposizione a punto vendita, riducano lo spreco e aumentino la shelf life e integrino al proprio interno gli stessi valori del prodotto che contengono, la sostenibilità prima di tutto".*

Il mondo della produzione e l'universo del packaging da anni investono in questa direzione, e ora anche la GDO sta capendo l'importanza di questi aspetti.

"Come consorzio – conclude il direttore di Bestack – *il nostro impegno, nel 2016, sarà quello di mettere a valore i percorsi di ricerca che negli ultimi cinque anni abbiamo avviato sul mercato, per andare verso la massima soddisfazione del consumatore e per garantire ad esso un prodotto più fresco, con una vita di scaffale più lunga.* ***Perché il cartone… allunga la vita.*** *E' una promessa".*