

Comunicato del 27 agosto 2018  
Da Ufficio stampa Euroverde Società Agricola  
Roberto Bertellino 338.9391063

## LE ANTICIPAZIONI DELL'AUTUNNO – INVERNO 2018-2019 TARGATE EUROVERDE

L'estate è sempre protagonista in questi giorni di fine agosto e la mente dei consumatori è certo ancora focalizzata sulle vicende dell'ultimo mese, personali e non solo.

Nulla vieta però una proiezione verso l'autunno – inverno 2018-2019 pensando alle novità di casa **Euroverde Società Agricola** e del suo brand premium **Bontà di Stagione**: “Saranno diverse – sottolinea il direttore commerciale dell'azienda di Azzano Mella, Franco Rollè – soprattutto per quanto riguarda le confezioni monoporzione e le rivisitazioni di ricette già esistenti. Molta attenzione verrà anche rivolta al packaging che via via verrà sempre più uniformato assecondando i riscontri di gradimento che sono stati proprio i consumatori a fornirci in questo periodo. Durante la terza settimana del mese di settembre (15-16) realizzeremo il nostro cambio stagionale, così da permettere ai consumatori di gustare le nostre ricette autunno/inverno, già a partire da lunedì 17 settembre. Spingeremo molto la **linea BIO**, con le zuppe e le insalate di IV gamma in primo piano. Le prime saranno protagoniste con il **Minestrone di Riso Integrale**, il **Passato di Verdure con Riso Integrale** e la **Zuppa ai Cereali con Orzo e Farro**, ricette già introdotte in diverse catene in questo periodo e che hanno ottenuto subito importanti apprezzamenti”.

Parliamo del dopo Cibus 2018?: “Le molte novità presentate sono partite ovunque – prosegue Franco Rollè – ed il mercato estivo delle nostre ricette ha visto in questa stagione un notevole incremento, figlio in particolare del successo avuto dalle nostre vellutate, dal gazpacho, dal tris benessere con l'inserimento dello zenzero, prodotti salutistici di facile assimilazione e dal gusto tanto naturale quanto vincente. Un successo anche dovuto alla nostra intensa attività promozionale messa in atto sul territorio, capillarmente, attraverso in-store promotion e degustazioni guidate dal nostro staff con i primo piano gli chef di casa. Un modo per far apprezzare al pubblico le nostre ricette, gli abbinamenti possibili, soprattutto spiegarle. Le monoporzioni hanno poi fatto la differenza, perfettamente al passo con i desideri di consumatori sempre più attenti alla qualità della proposta ed al vasto assortimento. Le nostre doppie porzioni sono ormai solo più legate al marchio Euroverde e al mercato MDD”.

Chiudiamo con un'altra piccola anticipazione...: “Sapremo stupire sempre di più i mercati anche caratterizzando le nostre ricette per distinguerle dalla massa e continueremo a fare della qualità e del radicamento con la terra delle materie prime i nostri capisaldi”.

Da queste parti la parola staticità proprio non esiste!