

GDOWEEK

D I G I T A L

18 - 2017

28 settembre



pag. 02

Nuovo format cittadino per Kiabi a Barcellona. Store pilota destinato anche al mercato italiano



pag. 10

Italia Ortofrutta abbina formazione alimentare ad attività sportiva di livello, per indirizzare i giovani a nuovi modelli di consumo

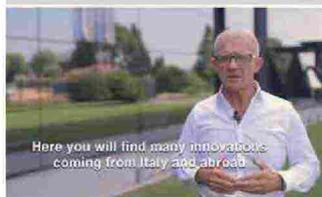
GDOWEEK TV



Guarda il video



Un video per raccontare cosa è per Carrefour il brand Filiera Qualità, la sua storia, i valori di riferimento e gli obiettivi da realizzare



MACFRUT 2018

Guarda il video



Macfrut si fa rappresentare dagli stakeholder. Espositori in video per il 2018

pag. 08

L'Alto Adige cambia la vita: attraverso una promozione sui prodotti del territorio e con una vacanza decennale



pag. 04

Nasce Filiera Qualità, il brand che certifica le eccellenze del Made in Italy, nel fresco, creando rapporti esclusivi e di lunga durata con l'industria



Italia Ortofrutta conclude la stagione sportiva e formativa

Si è conclusa l'ultima tappa del progetto L'ortofrutta e lo sport - L'allenamento inizia mangiando, edizione 2017. L'iniziativa ha puntato come di consueto a diffondere in particolare tra le fasce più giovani della popolazione, i principi di uno stile di vita corretto, i cui capisaldi sono un'alimentazione che contenga il giusto apporto di frutta e verdura e una regolare attività sportiva. A rappresentare il promotore Italia Ortofrutta



nell'ultimo weekend di gare sono stati il Consorzio Interregionale Ortofrutticolo, con le sue mele Serene Star, e l'Op San Lidano, con insalate fresche pronte all'uso, distribuite in contenitori creati per l'occasione. Il primo soggetto raggruppa circa 400 produttori or-

tofrutticoli associati a dieci realtà attualmente aderenti all'organizzazione, mentre il secondo vanta ormai una specializzazione storica nella IV gamma.

GDOWEEK | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [LinkedIn](#) | [Google+](#)

Italia Ortofrutta conclude la stagione sportiva e formativa

Si è conclusa l'ultima tappa del progetto L'ortofrutta e lo sport - L'allenamento inizia mangiando, edizione 2017. L'iniziativa ha puntato come di consueto a diffondere in particolare tra le fasce più giovani della popolazione, i principi di uno stile di vita corretto, i cui capisaldi sono un'alimentazione che contenga il giusto apporto di frutta e verdura e una regolare attività sportiva. A rappresentare il promotore Italia Ortofrutta nell'ultimo weekend di gare sono stati il Consorzio Interregionale Ortofrutticolo, con le sue mele Serene Star, e l'Op San Lidano, con insalate fresche pronte all'uso, distribuite in contenitori creati per l'occasione. Il primo soggetto raggruppa circa 400 produttori or-

Molino Rossetto si presenta al mondo retail con la propria farina experience

Molino Rossetto si presenta al mondo retail con la propria farina experience. Il brand di Molino Rossetto è stato lanciato nel mercato retail con la propria farina experience. Il brand di Molino Rossetto è stato lanciato nel mercato retail con la propria farina experience.