

Naturitalia debutta a Marca: filiere al centro e progetti per il mercato come le Fragole di San Valentino

Un frutto gustoso. Una confezione distintiva. Una ricorrenza. Sono questi gli ingredienti di un progetto capace di trasformare un prodotto in un progetto capace di unire agricoltura, distribuzione e responsabilità sociale. È proprio da qui che parte una delle novità che **Naturitalia** presenta a **Marca 2026** (Bologna Fiere, 14-15 gennaio): le confezioni di **fragole italiane dedicate a San Valentino**, realizzate in un'iconica vaschetta a forma di cuore e sviluppate in collaborazione con la **cooperativa sociale CILS di Cesena**.

Un progetto che va oltre il prodotto: la grafica delle confezioni è disegnata da persone con disabilità impiegate dalla cooperativa, la stampa è curata dalla tipografia interna della CILS. Un esempio concreto di come, lavorando con un partner strutturato, si possano sviluppare iniziative per il mercato che **integrano offerta commerciale e valore sociale**, senza rinunciare a efficienza e affidabilità.

"Lavoriamo per trasformare le esigenze del mercato in progetti concreti - spiega **Augusto Renella, Marketing Manager di Naturitalia** - Programmazione, disponibilità di volumi e continuità produttiva sono la base. Su questa base costruiamo iniziative che aiutano i nostri clienti a differenziarsi anche sul piano dei contenuti". E a proposito di contenuti, nell'area Marca Fresh (Padiglione 19 – Stand C39) Naturitalia presenterà un assortimento che poggia su una rete di oltre 3.000 agricoltori che coltivano più di 10 mila ettari in 13 Regioni italiane. Tutto ciò consente all'azienda di sviluppare programmi di lungo periodo, con qualità costante e disponibilità garantita.

Le principali filiere in vetrina

Il progetto San Valentino si inserisce in una filiera fragola strutturata, con produzioni in Campania, Basilicata ed Emilia-Romagna, che permette a Naturitalia di garantire il prodotto da novembre a giugno, con standard qualitativi costanti.

A Marca 2026 Naturitalia porterà poi in scena le principali filiere ortofrutticole italiane, a partire dal **Kiwi Jingold**, brand italiano specializzato con varietà esclusive a polpa rossa, verde e gialla; passando per le **Nettarine piatte Ondine**, frutto distintivo che apre a nuove occasioni di consumo.

Spazio anche alle **Pere Opera**, espressione di un consorzio di frutticoltori italiani altamente specializzati, e alle filiere della patata, attive in sette Regioni, con referenze a Indicazione Geografica come la **Patata di Bologna Dop** e la **Patata dell'Alto Viterbese Igp**, oltre al marchio **Selenella**.

Completano l'offerta la filiera delle **produzioni orticole**, sviluppate nelle aree più vocate del Paese, gli agrumi del Sud Italia – dalle Arance e Clementine fino alle **Arance Rosse di Sicilia Igp** e alle **Clementine di Calabria Igp** – e le produzioni di pomodori e cetrioli coltivati in idroponica a basso impatto ambientale.

Marca come momento di confronto con la Gdo

La partecipazione a Marca by BolognaFiere rappresenta per Naturitalia **un'occasione di confronto diretto con i buyer e i responsabili di categoria**, per raccontare un modello di filiera pensato per sostenere programmi continuativi, iniziative promozionali e progetti speciali.

"Lavorare con Naturitalia significa poter contare su un partner che garantisce prodotto, servizio e visione – sottolinea **Gianluca Lucchi, Vice Direttore di Naturitalia** - Elementi indispensabili per costruire rapporti solidi e coerenti nel tempo".

Incontra Naturitalia a Marca 2026

 Padiglione 19 – Stand C39 | Area Marca Fresh
 14–15 gennaio 2026

Orma Comunicazione - Ufficio stampa Naturitalia
Maicol Mercuriali - 3494494160 m.mercuriali@ormacomunicazione.it
Alessandro Iasevoli - 3384853162 a.iasevoli@ormacomunicazione.it