L'Uva "Viviana" conquista i consumatori

Risultati importanti per 'Viviana, l'Uva Italiana' durante le attività di promozione 'in-store' svoltesi il 28 e 29 settembre scorsi in dieci punti vendita della GDO nazionale nelle province di Arezzo, Bari, Foggia, Lecce e Taranto.

L'attività è stata svolta nell'ambito del Progetto "Piacere Viviana" dall'**Unione Nazionale Italia Ortofrutta** in favore delle proprie associate, A.BIO.MED., AGRITALIA, ASSOFRUIT ITALIA, EREDI DI DONNA, FONTEVERDE, AGRICOLA HORTOITALIA e OPAS che hanno aderito al progetto.

In particolare sono stati coinvolti - con la presenza di espositori, materiali divulgativi e di personale di assistenza al consumatore - gli Ipercoop baresi di via Lojacono e via Santa Caterina; l'Ipercoop di via Trani a Barletta; l'Ipercoop di via degli Aviatori a Foggia; l'Ipercoop di

Surbo, in provincia di Lecce, sulla statale per Brindisi; l'Ipercoop di Taranto, strada per Montemesola; il Famila Bibiena di piazza Palati e il Famila San Sepolcro di zona industriale Santafiore ad Arezzo. E si può dire che Viviana ha conquistato i consumatori. Sono andate in esposizione e in vendita le diverse varietà di uva da tavola che comprendono l'offerta di Viviana: la Pizzutella, la rossa Crimson, l'uva bianca Italia, l'uva bianca Baresana, la Palieri, la Red Globe nelle diverse confezioni, dalla cassetta al bauletto.

Il Progetto "Piacere Viviana" ha reso possibile anche la promozione di uva a marchio "Piacere Viviana" a Roma, nella tre giorni (20, 21 e 22 settembre scorsi) dell'evento della Federazione Italiana di Atletica Leggera (FIDAL) che ha trasformato Piazza del Popolo in una pista di atletica attirando e coinvolgendo decine di migliaia di persone ed in particolare i bambini delle scuole primarie della capitale. Durante la suddetta manifestazione sono state distribuite ai partecipanti alla Mezza Maratona ed ai visitatori del Villaggio della manifestazione circa 6.000 confezioni da 500 grammi di uva a marchio "Piacere Viviana".

"Tirando le somme di questo progetto - afferma la dirigenza di **Italia Ortofrutta** - non possiamo che ritenerci soddisfatti dei risultati ottenuti. Ci siamo impegnati in prima persona nel progetto con il chiaro intento di far conoscere al consumatore la qualità del prodotto, l'origine esclusivamente italiana, il legame e la vocazionalità dei territori di produzione dell'uva che viene commercializzata a marchio "Piacere Viviana". Ridare valore al prodotto Uva attraverso una campagna di comunicazione ed informazione efficace che renda il consumatore ancora più consapevole di quello che sta acquistando è l'obiettivo del nostro motto
"Piacere Viviana. L'uva ITALIANA"
. Lo sforzo che tutti insieme stiamo portando avanti sta dando i suoi frutti".

per maggiori info:

www.vivianaluvaitalia.it

www.facebook.com/PiacereViviana/