

MARK UP

IN COLLABORAZIONE CON



SEAFOOD SUMMIT

IL MERCATO È SEMPRE PIÙ BLU

*Le Aziende del Settore Ittico s'incontrano:
Opportunità, Prospettive, Sinergie*

Rimini 9 novembre 2017



Obiettivi



Creare un appuntamento annuale in Italia per le aziende italiane del seafood, dare visibilità al comparto attraverso un momento d'incontro durante il quale si analizzano le tendenze del consumo nazionale dei prodotti ittici e dove gli operatori nazionali del settore possano incontrarsi, conoscersi e confrontarsi, partecipando attivamente in qualità di ospiti, inserzionisti e sponsor.

IL PROGETTO



RICERCA

CONVEGNO

NETWORKING

In Italia attualmente manca una Fiera specializzata e la formula del convegno associata alla pubblicazione di un report / numero speciale, promossa da **MARK UP** in collaborazione con **Gabriele Chiodi**, consulente specializzato del settore, intende porre le basi per valorizzare il comparto e dare finalmente un'identità specifica ad un settore che vale il 10% del PIL agroalimentare. Sarà un'occasione per stimolare l'emancipazione e la maturazione di un mercato in forte sviluppo nell'indice di gradimento dei consumatori che privilegiano sempre di più i consumi alimentari a base di pesce.

Sarà realizzato contestualmente un numero speciale di **MARK UP** all'interno del quale saranno illustrate le tematiche e i contenuti presenti nei vari talk organizzati oltre ad occuparsi di prodotti speciali, di aziende innovative e case history di successo.

LA RICERCA



Nel corso del 2017 sarà condotta una ricerca di Mercato che sarà pubblicata nel numero speciale di **MARK UP** dedicato al settore Seafood a cura di **Chiodi Consulting** di Rimini, che illustrerà nel dettaglio la situazione del mercato e l'andamento dei consumi di prodotti ittici in Italia.

Alcuni temi

“Il *branding*”: un’esigenza e un’opportunità per creare valore e dare un nome a prodotti ittici indistinti.

“Il mercato dei freschissimi e la gestione logistica”: aspetti peculiari di particolari di distretti e mercati più importanti; (Milano, Chioggia, San Benedetto del Tronto, Cesenatico ect.).

“L’evoluzione salustistica dell’offerta e l’adeguamento dei punti vendita all’interno della G.D.O.”

“Dai *green consumers* ai *blu consumers*: gli italiani consumano poco pesce”: opportunità e spazi di crescita del mercato del *Seafood*.

“Da paese importatore a paese trasformatore ed esportatore”: una sfida per creare valore e stimolare l’innovazione e l’internazionalizzazione del *Seafood* “*Made in Italy*”.

“I Gusti della mente e le ragioni del pesce”: un’esperienza di *neuromarketing* a favore dei consumi di pesce.

“Blue Socials”: nuove tecniche di marketing e comunicazione con aspetti innovativi riguardanti le possibilità offerte dai *Socials Media*.

“Specialità territoriali”: perché i prodotti ricettati italiani potranno conquistare i mercati? Il ruolo dei grandi Chef come *testimonial* per promuovere e divulgare il consumo di piatti a base di pesce.

“Le conserve a base di pesce”: i prodotti italiani alla conquista del Mondo con articoli dedicati a progetti di successo.

“Gli affumicati e i salati”: la crescita continua, le ragioni del successo.



IL CONVEGNO



Temi ed Argomenti: nel corso del convegno si discuterà di *marketing*, d'*innovazione e internazionalizzazione* con i principali rappresentanti delle aziende del *Seafood* nazionale, del settore primario della pesca, dell'acquacoltura, dell'industria e del mondo della ricerca scientifica.

Interverranno i principali buyer della GDO nazionale ed estera, esponenti del settore HO.RE.CA., i responsabili *marketing* di aziende italiane ed estere del settore del *Seafood*, i ricercatori del mondo dell'Università ed importanti rappresentanti istituzionali nazionali ed europei

Data: 9 novembre 2017

Formula: talk show con moderatore/conduuttore

Direttore artistico: Maestro Franco Benedetto Morri

Moderatori: Gabriele Chiodi e Cristina Lazzati (Direttore della rivista **MARK UP**)

NETWORKING



Al termine dei lavori del convegno i partecipanti troveranno in un'area attigua, uno spazio meno formale all'interno del quale sarà servito il buffet finale e dove sarà possibile disporre di uno stand personalizzato con la possibilità d'incontrare gli operatori presenti all'evento e gli executive sponsor potranno così promuovere i propri prodotti.



GLI ATTORI



Leader progetto e Media Partner: Rivista **MARK UP**

Ricerca a cura di



in collaborazione con MC e SG Marketing

Patrocini: Regione Emilia Romagna

Main Sponsor : essi potranno godere di una visibilità attiva all'interno dei talk

Executive Sponsor: la loro partecipazione in qualità di sponsor potrà prevedere la disponibilità nell'area attigua alla sala del convegno, all'interno della quale sarà servito il buffet finale e dove sarà possibile disporre di uno stand personalizzato con la possibilità d'incontrare gli operatori presenti all'evento e promuovere i propri prodotti



Mensile economico di politica, marketing e consumi, con analisi, interviste e opinioni.

MARK UP la rivista portavoce delle istanze dei rappresentanti del sistema PRODUZIONE-RETAIL-CONSUMI. Il mensile dà spazio all'attualità, ai protagonisti del settore, ai brand, alla marketing community, con l'obiettivo di dare forza al cambiamento. Tante le sezioni che compongono la testata, Opinionisti, Cover Story, Prima Fila, dove si analizzano i cambiamenti economici e politici che influenzano i consumi e le vendite in Italia e in Europa. La sezione Marketing & Consumi con novità e trend dal mondo del marketing, ricerche di mercato, il crm di nuova generazione, il mondo del digital e social marketing, analisi dei nuovi consumatori. Protagonisti & Strategie, con le aziende del largo consumo e del retail raccontate attraverso le loro strategie di marketing e innovazione.

MARK UP realizza inoltre ogni anno numeri UNICI da collezione, come FRUTTA E VERDURA, MERCATI & INNOVAZIONE, ITALIAN FOOD EXCELLENCE e, da quest'anno, lo speciale sul comparto ITTICO, nel quale verranno illustrate le tematiche e i contenuti del summit.

Profilo dei lettori:

Industria food e non food, imprese distributive, società di servizi, associazioni di categoria, agenzie e centri media, università.

Tiratura: 22.000 copie

LA SEDE

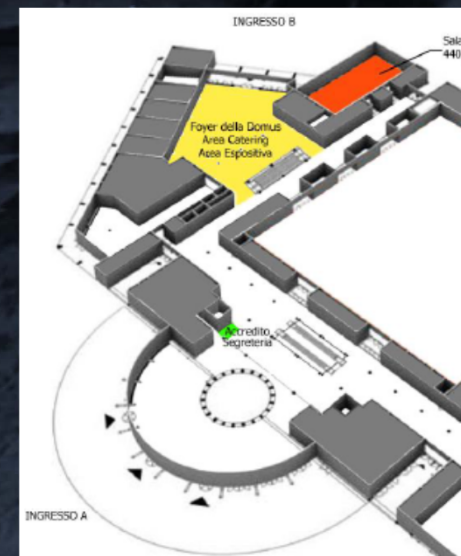


La più grande struttura congressuale in Italia progettata dall'architetto tedesco Volkwin Marg dello Studio GMP di Amburgo, il Palacongressi di Rimini è stato realizzato all'insegna del rispetto dell'ambiente, dell'innovazione tecnologica e della flessibilità. Collocato all'interno di un piacevole parco cittadino dotato di piste ciclabili e pedonali, dal quale è possibile raggiungere in pochi minuti il centro storico della città e la zona mare.



Rimini con il suo Palacongressi rappresenta la scelta ideale per la manifestazione

Rimini si trova in un'area geografica centrale della penisola, inserita sulla rete di collegamenti della dorsale Adriatica, facile e comoda da raggiungere anche dai più importanti aeroporti nazionali. Famosa per ospitalità, attrazioni e innovazione si contraddistingue per essere una città attenta ad armonizzare lo sviluppo economico e sociale con la qualità della vita per i cittadini ed i suoi ospiti. Da oltre 20 anni tra le prime destinazioni congressuali in Italia



PIANO MEDIA



Il progetto verrà promosso su **MARK UP** , **GDOWEEK** e sui media locali.
Sono previste pagine pubblicitarie e sui siti www.mark-up.it e www.gdoweeek.it banner e contenuti.

Al database Mark Up e Gdoweeek - circa 42.000 contatti - verranno inviate dem e newsletter con informazioni sui contenuti e partecipanti.

MARK UP

Diffusione
22.000

www.mark-up.it

80.000 pagine viste
32.000 utenti unici
20.225 utenti registrati

GDOWEEK

Diffusione
20.000 COPIE

www.gdoweeek.it

72.500 pagine viste
35.000 utenti unici
16.665 utenti registrati



SEAFOOD SUMMIT