



Martedì 21 Ottobre 2014 | Home | Chi siamo | Pubblicità | Contatti | Multimedia | Cerca nel sito | [Iscriviti alla Newsletter](#)



home / Botta e Risposta / Nava: «IV gamma, l'assistenza sul Pdv è un plus che rende»



Martedì 21 Ottobre 2014

BOTTA E RISPOSTA

Nava: «IV gamma, l'assistenza sul Pdv è un plus che rende»

E' la prima azienda italiana di IV gamma certificata Uni En Iso 9001:2008 per il merchandising sul punto vendita. E in un contesto di mercato tutt'altro che brillante, fa segnare un +30% a valore nei primi nove mesi dell'anno. **Buonaterra Srl**, proprietaria del brand **Terra & Vita**, marchio che conta una linea di insalate di IV gamma con oltre 200

referenze e una di zuppe pronte, frullati 100% frutta e mele a spicchi, fa leva sul servizio ai clienti per consolidarsi e crescere nelle catene della moderna distribuzione. Italiafruit News ha intervistato **Gian Nava**, presidente del Cda della Srl con quartier generale a San Paolo d'Argon (Bergamo).

Cosa significa concretamente, per voi e i vostri referenti di filiera, il traguardo della certificazione?

Il processo di merchandising sul punto vendita è il cuore del nostro business: siamo gli unici a proporre non solo prodotti di elevata qualità a marchio Terra&Vita, ma anche una vera e propria assistenza di vendita a 360 gradi. Da qui nasce l'esigenza di applicare rigidi standard di qualità a quello che facciamo per garantire la continuità nel tempo.

A differenza degli altri operatori del settore della IV gamma, per noi questo servizio è una componente del prodotto che va al di là della "consegna al punto vendita" a mo' di distributori in catena del freddo. Quando un cliente ci affida lo spazio refrigerato nel suo punto vendita, ci prendiamo cura dell'assortimento, del display in base alla stagionalità ed alle rotazioni del prodotto e dell'esposizione di tutte le referenze.



Diamo inoltre la corretta rotazione, ritiriamo l'inventario quando raggiunge il termine minimo di conservazione o quando presenta anomalie, riordiniamo per la consegna del giorno successivo, forniamo ai gestori/buyer tutte le statistiche di venduto/reso dei singoli prodotti. Il tutto viene svolto quotidianamente, 365 giorni l'anno, da parte del nostro staff di merchandiser, professionisti della IV gamma formati con specifici corsi interni che spaziano dalle nozioni di agricoltura a quelle di marketing.

La certificazione, in definitiva, è una ulteriore garanzia per i nostri clienti che il lavoro di Buonaterra Srl venga svolto secondo severi e rigorosi standard qualitativi. Un utile strumento attraverso il quale chi decide di affidarsi a noi può avere la certezza che la gestione dello scaffale avvenga nel modo più





Rubriche

Barometro Distribuzione
Botta e Risposta
Dall'Estero
Dall'Ingresso
Due Risate del Cavolo
Editoriale
Faccia a Faccia
Il Fondo
Il Prodotto della Settimana
Il Punto Vendita del Mese
Il Sondaggio
In Diretta da...
In Evidenza
In Primo Piano
La Categoria del Mese
La Parola al Lettore
L'Approfondimento
L'Esclusiva
Ortofrutta in Cifre
Packaging e Tecnologie
Soprallerighe
UltimOra

Redazione

Roberto Della Casa
Managing Director

Ivano Valmori
Editor in Chief

professionale possibile con la garanzia dei risultati.

La IV gamma in questa fase non brilla: qual è la vostra analisi del mercato e quale il trend del brand Terra & Vita?

La nostra formula per reagire a situazioni di mercato difficili è quella di garantire ai nostri clienti un servizio che consenta loro di mantenere un assortimento ampio e completo e nello stesso tempo di ridurre i costi di gestione del reparto. Chi si rivolge a noi può beneficiare non solo di prodotti di elevata qualità ma anche di un azzeramento delle spese per il personale addetto al banco della IV e V gamma e una marginalità netta garantita in quanto gli eventuali scarti e/o resi di prodotto invenduto sono interamente a carico della nostra azienda.

Per questo è fondamentale che la nostra struttura fornisca un supporto alle attività di marketing in-store con promozioni mirate e layout personalizzati a seconda della stagione in modo da stimolare le vendite a sostegno del brand Terra&Vita. Il trend dei primi mesi del 2014 è molto positivo, con una performance di vendita che al 30 settembre ha raggiunto un incremento del 28% a valore.



Strategie nel breve-medio periodo?

Stiamo lavorando per aumentare la nostra presenza sul territorio italiano. Con il brand Terra&Vita siamo già presenti in 800 punti vendita delle maggiori insegne del Nord Italia. Il nostro obiettivo è quello di aumentare ulteriormente il numero degli store serviti mantenendo elevati standard qualitativi. Quando un cliente si affida a noi, lo scopo del nostro servizio di merchandising diventa quello di ampliare il più possibile gli assortimenti, aumentando l'impatto sul pubblico con un display uniforme (tutti i prodotti hanno lo stesso pack e lo stesso marchio Terra&Vita) in modo da incrementare le vendite senza aumentare i costi.

Copyright 2014 Italiafruit News



Mirko Aldinucci
Editor
mirko@italiafruit.net

Leggi altri articoli di:
Mirko Aldinucci

Leggi altri articoli su:
IV gamma



Altri articoli che potrebbero interessarti:

I prodotti Leni's in evidenza ad Hotel e Salone del Gusto	Fruit Attraction, Le Stellate Immidisi nello spazio Innova
La Linea Verde da domani a Fruit Attraction	IV gamma, Centrale del Latte di Torino protagonista in Gd
Insalate fresche e buone come un bicchiere di latte	Francia, la IV gamma di frutta punta sull'assortimento



Eventi

WOP DUBAI

Dubai,
9-11 Novembre 2014

EMBALLAGE 2014

Parigi,
17-20 Novembre 2014

INTERPOMA

Bolzano,
20-22 Novembre 2014

EUROFRUIT CONGRESS

Dubai,
Novembre 2014

GLOBAL BERRY CONGRESS

Rotterdam,
23-25 Marzo 2015

[leggi tutto](#)

Appuntamenti

SIAL PARIS

Parigi,
19-23 Ottobre 2014

27° CONVEGNO PESCHICOLO NAZIONALE

Ravenna,
23-24 Ottobre 2014

CASTAGNATA IN BICI

Bolzano,
25 Ottobre 2014

GLOBAL G.A.P. SUMMIT 2014

Abu Dhabi,
27-29 Ottobre 2014

GLOBAL SUMMIT LOGISTICS & MANUFACTURING

Lazise (VR),
12-13 Novembre 2014

[leggi tutto](#)

Se non riesci a visualizzare la newsletter [clicca qui](#)



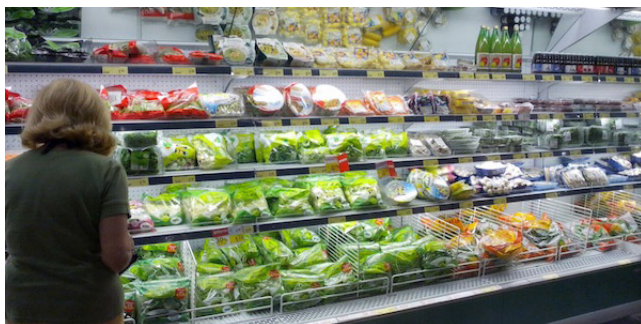
ITALIAFRUIT NEWS

IL PRIMO NETWORK
PER I PROFESSIONISTI
DELL'ORTOFRUTTA

Martedì 21 Ottobre 2014



La IV Gamma riparte da agosto: l'emorragia dei volumi s'interrompe



Nella Gdo dato in linea con quello di 12 mesi prima: non succedeva da aprile
di Alfonso Bendi

Dopo l'analisi sull'andamento generale dell'ortofrutta nella Gdo (clicca per leggere) Gdo, agosto non porta buone...



Dalla Redazione

BOTTA E RISPOSTA

Nava: «IV gamma, l'assistenza sul Pdv è un plus che rende»



Buonaterre Srl (Terra & Vita) prima azienda di settore certificata per il merchandising
di Mirko Aldinucci

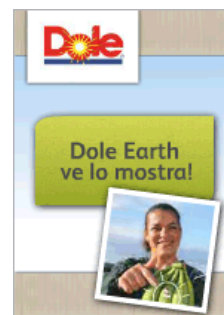
Mercati & Imprese



Kiwifruit of Italy: maturazione analoga al 2013 per Hayward



International Plant Selection al Sicil Dream Food



BOTTA E RISPOSTA

Semi: Pedon cresce a doppia cifra



Il marketing manager Zocca: nei Paesi scandinavi le grammature a scaffale arrivano a 800 grammi
di Daniele Bianchi



FruTV, nuove videointerviste Fruitylife



Cariparma Crèdit Agricole lancia Orizzonte Ortofrutta

