

Il domani è adesso

Insieme alla sostenibilità, l'innovazione è da sempre al centro delle strategie di crescita de La Linea Verde, azienda leader nell'ortofrutta IV e V gamma

Il mercato del banco frigo dell'ortofrutta è dinamico e tendenzialmente ricco di proposte innovative che il consumatore aspetta ed è disposto a sperimentare.

L'innovazione è da sempre l'elemento caratterizzante de La Linea Verde, una cifra stilistica che l'azienda propone lungo tutta la filiera produttiva: dall'innovazione

tecnologica e di processo alle nuove declinazioni di prodotto; dai packaging, sempre più smart e sostenibili, alle tante attività di comunicazione. L'obiettivo?

Consegnare al cliente finale **prodotti vegetali freschi, pronti, ad alto contenuto di servizio** e che rispondano alle esigenze di un mercato in continua evoluzione.

Che cosa rappresenta l'innovazione per voi?

L'innovazione è il nucleo centrale della nostra azienda. Una forza motrice che non ha mai smesso di trainarci, neanche durante questo periodo complesso che stiamo attraversando a causa del Covid.

La nostra caparbità ha fatto sì che alcuni progetti ambiziosi che avevamo già in programma vedessero la luce anche nei mesi clou dell'emergenza.

Dall'estate appena trascorsa, la reazione da azienda leader della IV e V gamma è stata risoluta e in linea con il cambio "imprevisto" degli stili di consumo: a metà luglio abbiamo lanciato Family Salad, la linea di insalate fresche arricchite in formato famiglia.

Una proposta nata per rispondere alle nuove esigenze di chi oggi lavora in smart working e ha aumentato i pasti tra le mura di casa. Anche le Zuppe Dimmidisi Gusto d'Oriente, lanciate lo scorso anno, rappresentano bene la nostra filosofia: tre ricette che colgono il trend di consumo molto in voga della cucina asiatica e aumentano al tempo stesso la penetrazione in famiglia dei nostri prodotti, rivolgendoci in particolare a un target giovane.

DOMENICO BATTAGLIOLA, CEO LA LINEA VERDE



Quindi siete stati anche più forti del Covid?

Di sicuro il coronavirus non ci ha impedito di portare avanti i nostri progetti sull'innovazione. L'autunno appena cominciato, infatti, porta con sé il lancio di Un Sacco Green: una gamma di insalate fresche in busta proposte nella nuova confezione biodegradabile e compostabile di bioplastica; un materiale di ultima generazione che spicca a scaffale. A testimonianza del nostro impegno sul fronte della sostenibilità e della responsabilità sociale.

“L'innovazione è una forza motrice che non ha mai smesso di trainarci”

La sostenibilità è per voi un caposaldo. Sarà anche al centro dei progetti futuri?

Absolutamente! La Linea Verde farà la sua parte: il cambiamento per crescere si costruisce un passo alla volta, con il lavoro quotidiano e con proposte concrete che possano migliorare le nostre vite e quelle del Pianeta. L'innovazione più profonda è quella che silenziosamente avviene nei nostri atteggiamenti, nelle decisioni che con coraggio prendiamo ogni giorno. Continueremo a insistere molto su questi concetti, già a breve sono previsti nuovi prodotti e nuove idee.



info@lalineaverde.it
www.lalineaverde.it



Dalle linee produttive al packaging, passando per le attività di comunicazione fisiche e digitali: l'innovazione è il filo conduttore della filiera targata La Linea Verde

1. FILIERA AGRICOLA CORTA, INTEGRATA E CERTIFICATA

L'azienda produce la materia prima tramite le aziende agricole di proprietà e gli **oltre 60 partner di fiducia sotto la guida degli agronomi del gruppo**; seguendo disciplinari condivisi e applicando le tecnologie dell'agricoltura di precisione.



2. INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DI PROCESSO

La Linea Verde è una realtà leader anche per l'iter di produzione, grazie alla propensione alla sperimentazione e alla personalizzazione dei macchinari. Le sue linee produttive sono un terreno di progettazioni e di test. Numerosi i brevetti e i primati che ha ottenuto in termini di processo di lavorazione industriale.

3. PRODOTTO

Analisi dei trend di mercato e investimenti costanti in R&S e marketing sono i driver. L'obiettivo? **Proporre soluzioni vegetali in grado di rispondere, o anticipare, le esigenze del mercato.** Con la propria marca Dimmidisi l'azienda propone referenze innovative ad alto valore aggiunto nel reparto ortofrutta: un'ampia gamma di prodotti "fresh convenience food".

5. COMUNICAZIONE

La Linea Verde ha fatto innovazione anche sul fronte della comunicazione nel settore del banco frigo dell'ortofrutta. Continui investimenti pubblicitari su Dimmidisi hanno contribuito alla costruzione di un'immagine positiva della marca e **una notorietà pari all'80% costruita in poco più di dieci anni.**

4. PACKAGING

Nel Packaging Solutions Team interno diverse funzioni aziendali uniscono le forze per rendere tutti i packaging più sostenibili. La Linea Verde utilizza **tutte confezioni riciclabili** che in parte impiegano materiali da riciclato e adopera, per i cartoncini, materiale certificato Fsc.

Questa confezione ama la natura? **Sì**

