

significa un maggiore costo di produzione, ma anche una miglior accettazione dei nostri prodotti. Per il 2002 ci prefiggiamo di aumentare la penetrazione in tutti i canali e aree: oltre alla Gdo, serviremo anche il normal trade e il dettaglio specializzato con il prodotto biologico”.

Sipo, cooperativa di produttori ortofrutticoli che aderisce al consorzio Almaverde Bio, si è orientata su una produzione sia tradizionale che biologica.

“Abbiamo notato – dichiara Massimiliano Ceccarini, direttore marketing di Sipo – una forte crescita dei consumi da marzo a settembre, con punte del 300% in più, forse a causa degli scandali che hanno colpito le carni. Oggi il fenomeno si è ridimensionato, ma il mercato mantiene comunque una dinamica positiva”.

La cooperativa, che ha chiuso il 2001 con un fatturato di 10,32 milioni di euro (circa 20 miliardi di lire) propone una gamma molto ampia che si articola in 70 referenze tradizionali e 30 biologiche.

“Portiamo avanti – spiega Ceccarini – una politica di differenziazione su base territoriale, per venire incontro ai gusti di ogni area. Ciò