

Home > Retail & Marketing > ecommerce > Cortilia premia Sipo con il Contest Ambassador Award

Retail & Marketing ecommerce

Cortilia premia Sipo con il Contest Ambassador Award

Alessandra Bonaccorsi 6 giugno 2023



A **Sipo**, azienda italiana che opera nel settore della produzione e commercializzazione di prodotti ortofrutticoli, va il premio **Contest Ambassador Award**, consegnato da **Cortilia**, piattaforma eCommerce di prodotti alimentari freschi e specialità tipiche. I prodotti di Sipo più richiesti dai clienti di Cortilia sono i fiori di zucca ma tra i best seller, sempre molto richiesti, ci sono anche gli strigoli e i **jalapenos freschi**, definiti le chicche di Cortilia, perché non facilmente reperibili in commercio.

"Il nostro è un modello di spesa e di consumo che porta valore a tutte le parti coinvolte: ottimi prodotti venduti online a un prezzo "giusto", che permette al produttore di avere

più risorse per curare la qualità, a beneficio finale del consumatore. Una politica virtuosa che sostiene e premia l'occupazione e il benessere sul territorio, garantisce la freschezza e la genuinità dei prodotti, il tutto con un modello di sostenibilità che ha portato

Cortilia ad essere Società Benefit e dal 2022 anche certificata B Corp –dichiara il team di Cortilia-. Quando abbiamo scoperto che un player locale coltivava Jalapenos in Italia, abbiamo visto un'opportunità per proporre dei prodotti trendy ai nostri consumatori mantenendo italianità e sostenibilità – che sono due elementi che comunichiamo molto sui nostri canali. Ci piace raccontare la filiera in modo giocoso in modo da riuscire a raggiungere il cuore del cliente, incuriosendolo e invogliandolo all'acquisto, attraverso uno storytelling basato sulla storia dei nostri partner e dei loro prodotti".



Se questo articolo ti è piaciuto e vuoi rimanere sempre informato **iscriviti alla newsletter gratuita**.

TAGS Cortilia ecommerce ortofrutta Sipo



Articolo precedente

#Repartofresh. Nova Coop valorizza filiera e comunicazione interna

Prossimo articolo

Collaborazione strategica tra Fresh Del Monte e Zag Heroez Miraculous

Alessandra Bonaccorsi

Vivo e lavoro in Sicilia, terra di spazzanti contrasti e di straordinarie virtù. La cronaca mi ha battezzato, il retail mi ha conquistato. Seguo l'evoluzione e lo sviluppo delle insegne food e non food sul territorio. Amo libri, teatro e cinema in egual misura. E scrivo per lavoro e per passione.

Articoli correlati Di più dello stesso autore



Andamento prezzi ortofrutta in Italia al 12 giugno



Parte dal 16 giugno il format Spettacoli alla Frutta in gdo



#Repartofresh. Nova Coop valorizza filiera e comunicazione interna



LASCIA UN COMMENTO

Commento:

Nome:*

Email:*

Sito Web:

Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per il mio prossimo commento.

E-Magazine



Abbonati

Edicola Web

Iscriviti alla newsletter



I più visti



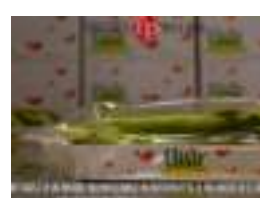
Zero, in arrivo le prime insalate da vertical farming per le private label #vociellortofrutta



Parte dal 16 giugno il format Spettacoli alla Frutta in gdo



Andamento prezzi ortofrutta in Italia al 12 giugno



Il rilancio del brand Elisir #freshtalks con Gianluigi Cugini di Cedior



Zerbinati lancia nuovi Burger'Z e punta sulla quinoa

Ultime notizie



Almeda (Naturizia) forma gli addetti ortofrutta del Gruppo Arena

19 giugno 2023



Condiffresco: "Movimentiamo il reparto con espositori disruptive" #vociellortofrutta

19 giugno 2023



Zerbinati lancia nuovi Burger'Z e punta sulla quinoa

16 giugno 2023



Prugne della California, 75 mila tonnellate il raccolto 2023

16 giugno 2023



L'export di ortofrutta è in ripresa in volumi e valori

15 giugno 2023



I LOVE
GAVINA



L'Ortodi
Eleonora