AGRIFOOD, FUNZIONALE E TIPICO SI ALLEANO

La possibilità di attingere da un territorio vasto e vocato all'agricoltura permette ad Agrifood Covalpa di puntare in modo deciso sull'italianità

Al bisogno di sicurezza per la propria salute fortemente espresso dal consumatore, Agrifood Covalpa risponde con Passione Verde, il brand che il gruppo ha presentato in anteprima al Mia. Si tratta di un marchio – che comprende già oltre 30 referenze a catalogo – che vuole raggiungere un posizionamento di prestigio nel canale moderno, particolarmente orientato, grazie al sub-brand Gusto e Linea, al mangiar sano. "L'orientamento dei consumi – sostiene **Gianfranco Falconieri, direttore commerciale di Agrifood-Covalpa** – va nella direzione della naturalità e genuinità. Anche nel segmento dei surgelati, è il prodotto tal quale a spingere gli acquisti. Il consumatore vuole affidabilità e trasparenza, ma anche gratificazione e piacere. Per rispondere a queste esigenze, abbiamo sviluppato referenze a produzione integrata e a tracciabilità garantita, operando in una filiera chiusa. Contiamo così di assicurare la garanzia che il consumatore cerca. Prodotti così connotati sono particolarmente adatti a sviluppare progetti di category management".

Fin dal 1992, infatti, Agrifood e le cooperative associate di Covalpa hanno imboccato la strada della tutela e valorizzazione dei prodotti orticoli nazionali da essi trasformati, attingendo in particolar modo al bacino agricolo del Fucino, in Abruzzo. Il 2007 sarà l'anno della svolta decisiva per il gruppo: l'obiettivo è portare la produzione a livello industriale, sviluppando in particolar modo i rapporti con la gdo, un canale che il gruppo specializzato nella vendita di surgelati ritiene strategico per dare nuovi impulsi al proprio fatturato.

Food – marzo 2007