



COOP ovvero la democrazia del gusto. Per Coop il cibo è buono, sano e giusto.

Coop ovvero la democrazia del gusto. E' la filosofia che guida da sempre l'unica impresa della grande distribuzione italiana che è anche una organizzazione forte di oltre 8 milioni di soci. Le cooperative di consumatori sono riuscite a creare in Italia una solida e capillare rete in grado di coniugare le logiche di mercato con la responsabilità sociale. La stessa che guida l'azione di Coop quando si tratta di cibo sia in termini concreti che là dove si discute di questo. "Abbiamo colto l'opportunità offerta dagli organizzatori di questo neonato Festival per offrire il nostro contributo di idee e esperienza –spiega **Marco Pedroni**, presidente Coop Italia- convinti che la consapevolezza dei nostri soci e dei consumatori in generale sia il punto di partenza basilare per ridisegnare, alla luce delle trasformazioni in atto, un nuovo rapporto con il cibo".

Nuovo ma anche storico. Tutto il settore agroalimentare è presidiato da Coop attraverso percorsi di filiera; dall'ortofrutta alle carni, alle uova, al pesce, al latte e derivati, ai salumi, all'olio, al pomodoro. Non è appunto una novità dell'ultima ora, bensì un'idea di presidio nata in Coop venti anni fa con la nascita dei primi "Prodotti con amore". "Mettiamo in tavola carne non acqua" recitava un fortunato nostro slogan. Allora il pericolo si chiamava estrogeni. Con l'introduzione del marchio Coop su quelle filiere si è completato il concetto di controllo con verifiche che partono dal campo fino alla vendita, certificate da enti esterni e che nel caso di filiere animali comprendono anche le prime fasi di vita e tutti i mangimifici, avendo optato tra l'altro per un'alimentazione priva di Ogm. In questo impegno c'è anche il tema dei diritti dei lavoratori. Due numeri. 44 tecnici all'opera (ai quali se ne aggiungono altri 80 presso le Cooperative) con un budget di 9 milioni di euro nella sola Coop Italia destinati ogni anno al funzionamento della Direzione Qualità. La scelta no ogm di Coop, con ciò che comporta per l'alimentazione degli animali e la separazione delle filiere in fase di coltivazione, ha invece un costo di oltre 10 milioni di euro l'anno.

Di nuovo casomai c'è l'aprirsi di Coop alle ultime tendenze in fatto di alimentazione. Coop ha varato nel 2013 i primi prodotti vegani, il biologico su cui vanta una linea che copre circa 500 prodotti è una scelta del 1992 con i primi prodotti ortofrutta a marchio fornitore e dal 1999 Coop Italia, prima tra i distributori, ha volontariamente scelto di assoggettarsi allo stesso regime di controllo previsto per i produttori biologici, l'impegno sui prodotti del commercio equo e solidale, iniziato con il caffè, ha festeggiato i 20 anni a ottobre scorso.

Nuova anche la riflessione sulle modalità di distribuzione concretizzatasi con la partecipazione di Coop come partner in Expo 2015 con la creazione del "Future Food District", il padiglione che ha ospitato una proiezione sui possibili e verosimili scenari futuri del retail, e in fase di ulteriore elaborazione. Tra le ultime aperture ovviamente anche il primo concept store di Coop che unisce la vendita del prodotto a marchio con la ristorazione di qualità e accessibile: Fiorfood in Galleria San Federico a Torino, spazio che si inserisce nella tendenza del comfort food.

Per informazioni:

Silvia Mastagni – responsabile ufficio stampa Coop

Tel. 06 441811 – silvia.mastagni@ancc.coop.it

Monica Di Martino- Community manager e relazioni esterne Nova Coop

+393357857389 - Monica.dimartino@novacoop.coop.it