



COOP presente a Marca 2019 e alla nuova edizione di Masterchef: “ Iniziamo il 2019 nel segno del prodotto a marchio, sintesi perfetta dell’identità di Coop. Nel 2018 abbiamo lanciato 200 nuove referenze e il prodotto a marchio tocca la quota del 30% a volume sul totale del fatturato. L’innovazione va di pari passo con l’attenzione a soddisfare le esigenze sempre più personalizzate dei consumatori. Alla presenza confermata a Marca si unisce la decisione di investire in visibilità partecipando a Masterchef con alcuni prodotti della linea Vivi Verde, il bio di Coop che ha raggiunto nel 2018 un ulteriore primato crescendo di un + 3,6%, e la linea Solidal”.

Un 2019 nel segno del prodotto a marchio. Coop inizia così il nuovo anno confermando la presenza storica a Marca, il salone bolognese a tema, e investendo in nuova visibilità partecipando alla imminente edizione di Masterchef (in onda dal 17 gennaio su Sky). Nato 70 anni fa (come ricordato nell’esposizione “Coop_70. Valori in scatola” appena conclusa in Triennale a Milano, oltre 15.000 visitatori in 2 mesi), il prodotto a marchio Coop si articola oggi in 10 linee per un totale di 4500 prodotti di cui 200 lanciati nel 2018. Sintesi perfetta dell’identità di Coop, i prodotti a marchio fin dalla loro nascita si caratterizzano per la trasparenza (tra controlli sui fornitori e analisi Coop investe circa 3,2 milioni di euro all’anno), l’eticità della filiera (l’adesione storica a SA8000 rinvigorita recentemente su filiere maggiormente a rischio dalla campagna “Buoni e giusti”), l’alta qualità e la convenienza (in media -30% rispetto ai corrispondenti prodotti di marca). “I nostri dati continuano a essere positivi e complessivamente la quota del nostro prodotto sul totale del fatturato tocca il 30% a volume con un fatturato di quasi 3 miliardi di euro, di cui circa il 40% proviene da filiere a completa tracciabilità, un unicum in Italia”- così **Maura Latini** direttore generale Coop Italia – Continua a dare ottimi risultati Vivi Verde, la linea bio di Coop, dove abbiamo esordito nel 1999, e oggi raccogliamo i risultati con una crescita nel 2018 di un +3,6%, e Fior Fiore, la linea dell’eccellenza gastronomica. A queste occorre aggiungere anche la buona performance della linea Bene.sì (i prodotti salutistici) che risponde alle esigenze di benessere di un consumatore sempre più segmentato e particolare”.

Non a caso Coop ha deciso di contrassegnare la sua presenza alla nuova edizione di Masterchef con alcuni prodotti basilari della linea Vivi Verde (in particolare latte e ricotta) e puntando anche sui prodotti del commercio equo e solidale ovvero la linea Solidal e in particolare l’ananas dei produttori del Costa Rica.

Roma, 16 gennaio 2019

Per informazioni:

Silvia Mastagni responsabile ufficio stampa Coop
Tel. 06441811 - 3357884168 -silvia.mastagni@ancc.coop.it