

**Adnkronos Ultim'ora - 13/05/2022 15:45:00**

## **Coop presenta grandi novità prodotti a marchio, Latini: 'Frutto di un lavoro gigantesco'**

Roma, 13 mag. (Adnkronos) - Due anni per portare a scaffale 5000 nuovi prodotti a marchio Coop innovando l'offerta del 50%. Questo il nuovo programma di Coop. Un investimento importante per garantire qualità e salvaguardia del potere d'acquisto in una congiuntura sempre più difficile. "Ciò che presentiamo oggi e che già i nostri soci e consumatori potranno vedere nei punti vendita dalle prossime settimane in avanti è frutto di un lavoro incredibile, sotterraneo, gigantesco che è partito più di un anno e mezzo fa nel post pandemia e che si protrae ancora oggi", afferma Maura Latini, Amministratrice Delegata Coop Italia. "È un progetto di profondo cambiamento - spiega - realizzato grazie alle competenze di prodotto e di analisi presenti in Coop Italia e dalle competenze di vendita presenti nelle nostre cooperative, un lavoro di squadra complesso ma ricco e produttivo. La nuova offerta prende forza dalla valutazione di ciò che sta succedendo nel mondo della grande distribuzione italiana che si sta profondamente trasformando: i discount continuano a crescere e sfiorano quote del 20%, gli acquisti in promozione sono tornati a aumentare, negli ultimi 15 anni le marche hanno ceduto metà della loro quota di vendita. E in questo scenario così turbolento è arrivata prima la pandemia e ora la guerra. Noi ora stiamo guardando all'oggi ma anche al futuro. Da questo lavoro ancora in corso nascerà sicuramente la nuova Coop; stiamo infatti ridisegnando i contenuti portanti dell'offerta dei nostri punti vendita in modo che siano efficaci per rispondere alle esigenze dei soci e consumatori. L'innovazione assieme alla solidità dei contenuti valoriali frutto della nostra storia sono le basi su cui poggia l'intero progetto". "Teniamo fede ai valori da cui Coop è partita tanti anni fa ma guardiamo avanti e il progetto di riposizionamento che vi presentiamo non ha uguali nell'universo della grande distribuzione italiana e europea - conferma Domenico Brisigotti, Direttore Commerciale Food Coop Italia - lo sviluppo della nostra marca privata sarà tale da rappresentare un unicum nel panorama nazionale, significa rivoluzionare l'offerta garantendo la presenza di marche di successo e non compromettendo la fedeltà del consumatore. Un assortimento così ampio permetterà di rispondere alle richieste di consumatori molto diversi, sempre più esigenti verso i quali continueremo a garantire i dettami irrinunciabili di Coop a partire dalla sostenibilità e dalla trasparenza delle nostre filiere. Al tempo stesso tutta l'offerta ancora più di prima proprio per la sua maggiore estensività funzionerà come un baluardo per difendere il potere di acquisto delle famiglie che inutile nascondere è la principale preoccupazione del momento che stiamo vivendo". "Con questo progetto Coop porta innovazione, varietà e novità nel punto vendita ad un livello mai visto prima - spiega Paolo Bonsignore, Direttore Marketing e Responsabile del Prodotto a Marchio Coop Italia- Questo è un progetto che nasce grazie ai dipendenti Coop e ai soci. Abbiamo raccolto da loro decine di migliaia di segnalazioni e idee di prodotto, e abbiamo rivoluzionato gli assortimenti per andare incontro alle richieste. Un processo che mette davvero il socio al centro". "Per numero di referenze trattate e rapidità di implementazione, si tratta del più imponente progetto di riposizionamento e rilancio mai sviluppato in Italia da un'azienda, sia essa di produzione che di distribuzione. Un challenge imponente che per la sua dimensione e per la velocità richiesta dai piani, ha reso necessario lo sviluppo di nuove metodologie di marketing e di ricerca", conclude.