

Adnkronos Ultim'ora – 13/05/2022 15:37:00

Coop da il via rivoluzione, in 2 anni circa 5.000 nuovi prodotti del marchio

Roma, 13 mag. (Adnkronos) - Coop dà il via alla rivoluzione del prodotto a marchio. Nell'arco di due anni a scaffale circa 5000 nuovi prodotti che innoveranno l'offerta del 50%. Cambiare totalmente il proprio posizionamento sul mercato, questo quanto ha deciso di fare Coop che sta per varare un'autentica rivoluzione dell'offerta del proprio prodotto a marchio. I numeri lo dimostrano. Nato più di 70 anni fa, attualmente la quota del prodotto Coop si aggira intorno al 30% con un fatturato di circa 3 miliardi di euro, di cui il 40% della parte alimentare proviene da filiere a completa tracciabilità, un unicum in Italia. L'attuale offerta prevede 15 linee dedicate alcune delle quali vantano incontestabili primati. Vivi Verde (il biologico di Coop che ha esordito nel 1999) è il primo brand bio venduto nella grande distribuzione in Italia con quasi 1000 referenze e non ha cessato di crescere durante la pandemia con un trend a valore di un +6%. O Fior Fiore con i suoi 750 prodotti in grado di rappresentare il meglio della cultura gastronomica. La rivoluzione avverrà nell'arco di due anni a partire da questo maggio quando arriveranno a scaffale circa 5000 nuovi prodotti (tra riformulazioni, cambi di packaging così da esaltarne i contenuti e proposte fino ad oggi inedite) che innoveranno l'offerta del 50% andando a coprire interi segmenti di mercato un tempo non frequentati dalla marca di un supermercato e ampliando significativamente le gamme già in essere per andare a rispondere ai sempre più specifici bisogni di soci e consumatori. Il tutto, nel rispetto dello storico impegno di Coop e dei 6 caposaldi del prodotto a marchio: Bontà, Convenienza, Sicurezza, Etica, Ecologia e Trasparenza. Una vera e propria sfida che Coop ha deciso di affrontare e tale da modificare completamente l'assortimento nella propria rete di oltre 1100 punti vendita presenti in 18 regioni d'Italia rendendolo unico. Altrettanto ambizioso l'obiettivo; ovvero raddoppiare il fatturato del suo prodotto a marchio nell'arco dei prossimi 4 anni passando dagli attuali 3 ai 6 miliardi di fatturato. Dopo la novità di fine 2021 con la nuova linea di pomodori e derivati, a maggio e giugno i primi slot a entrare in assortimento saranno i prodotti della prima colazione e successivamente a cavallo dell'estate bevande alcoliche e analcoliche, pasta, primi piatti e condimenti. L'estensione del prodotto a marchio porta con sé inevitabilmente un aumento della rete di imprese fornitrici, agli oltre 500 fornitori "storici" se ne aggiungono ora altri 250: un tessuto produttivo imponente e nella maggior parte dei casi italiano, per l'80% imprese di medie e piccole dimensioni. Questo provoca cambiamenti importanti nell'assortimento a punto vendita dove Coop giocherà sempre di più il ruolo di "marca" coprendo le diverse esigenze dei consumatori dai prodotti di base semplici e particolarmente economici (dove comunque la qualità Coop è garantita) fino alle eccellenze gourmet o alle linee funzionali per le molteplici necessità. Un progetto unico in Italia e in Europa per estensione e metodologia utilizzata.