

SONO MOLTE LE INIZIATIVE DELLA COOPERATIVA PER ORIENTARE IN MODO DIVERSO GLI ACQUISTI

Coop Adriatica si distingue per un consumo diverso e sostenibile

Testo e foto di Luigi Rubinelli

Innovare si può e, nel farlo, si può tenere conto della crisi economica e della sostenibilità. Un connubio che poi deve fare i conti con il conto economico. In Coop Adriatica hanno assunto alcune iniziative che vale la pena di studiare per il loro contenuto di marketing. Ne segnaliamo alcune fra le più interessanti. Manca, ma cercatelo voi nel punto di vendita, la casa dei pipistrelli, un quasi gadget che permette di ridurre la scomparsa di una specie animale particolarmente utile all'ambiente. ■



Sostegno al reddito

L'insegna sta proponendo uno sconto del 10% sulla spesa alle fasce più deboli della popolazione locale, allargando la proposta ai lavoratori precari e autonomi che hanno cessato la propria attività. Di fatto è l'unica catena che propone un simile approccio.



Informazione

Questa riprodotta nella fotografia è innovazione e, contemporaneamente, un atto dovuto al cliente: la segnalazione dei prodotti ritirati dalla vendita e temporaneamente assenti dai lineari. Il cartello è ben evidente all'ingresso del negozio.



Con Eataly

Coop Adriatica è socia di Eataly e del suo sistema di imprese. Recentemente è stata allestita questa testata di gondola promozionale sui vini di Fontanafredda con le etichette più significative dell'assortimento della casa.



Contro lo spreco

Tutte le ricerche dicono che lo spreco è ritenuto dal consumatore un atto ingiustificabile. L'insegna ha organizzato in diversi reparti la vendita a prezzi ridotti dei prodotti in scadenza. Interessante l'operazione sulla panetteria.



Grassi della carne trita

La carne trita venduta a self service nel reparto macelleria è stata segmentata in tre fasce a seconda del tenore di grassi contenuti nella quantità da acquistare. Un'innovazione eccellente in un settore tradizionale.



Take away salva ambiente

Nel reparto gastronomia sono state abolite, in parte, le vaschette in plastica. La comunicazione lo sottolinea, proponendo, anche, il self service in modo alternativo al banco a servizio.