

# Comunicazione e marketing

Coop ispira ogni giorno milioni di clienti attraverso una comunicazione mirata e ricca di sfaccettature. Tramite le riviste Cooperazione, nel punto di vendita, attraverso piattaforme digitali o campagne emozionali, Coop punta su una strategia coordinata tra canali e formati diversi.

## Highlight Comunicazione e marketing

- Cooperazione: affermazione come rivista leader con oltre 3.4 milioni di lettrici e lettori, numero stabile di lettrici e lettori nonostante il declino del mercato della carta stampata, secondo posto tra i marchi mediatici più solidi
- Cooperazione Weekend: ulteriore aumento della popolarità tra pendolari, edizione del venerdì in «20 Minuti» con un indice di penetrazione in crescita che raggiunge 1.3 milioni di lettrici e lettori
- Sei avvincenti riviste tematiche: «Feel Good», «Pasqua», «Grill», «Italia», «Avvento & Natale», ognuna con 2.6 milioni di copie e 3.4 milioni di lettrici e lettori
- Rivista digitale «scoop!»: aumento significativo della presenza tra la generazione Z su TikTok, YouTube e Instagram e ora anche su Snapchat con circa 1.4 milioni di interazioni
- Social media: oltre 110 000 follower e due milioni di like su TikTok
- Crescita record della Supercard: superamento di 3.3 milioni di conti attivi e consolidamento della posizione leader tra i programmi di fidelizzazione della clientela in Svizzera
- 10° anniversario di Mondovino: lancio dell'accademia enologica digitale gratuita Wine Academy
- Integrazione di Supercard Pay: introduzione della funzione di pagamento mobile per un pagamento rapido e semplice tramite scansione nell'app Supercard
- Servizio clienti: 580 000 richieste con focus particolare sulla sostenibilità, sull'assortimento, sulle offerte digitali e sulle promozioni-raccolta
- Ufficio Stampa: elevata visibilità di Coop nei media, diffusione di oltre 80 comunicati stampa in modo proattivo e risposta a circa 1 800 richieste dei media
- Comunicazione interna: edizione trimestrale della rivista Forte con oltre 77 000 copie per le collaboratrici e i collaboratori e per le persone in pensione, così come 10 numeri trimestrali della rivista Transgourmet per ognuno dei Paesi delle società nazionali, con 30 000 copie ciascuna
- App per il personale: forte attivazione tra oltre 49 670 collaboratrici e collaboratori (95%), supporto allo scambio di informazioni interne e accesso a servizi importanti
- Sponsorizzazione Coop: numerosi progetti di varia natura e iniziative locali dedicati alla ginnastica e a eventi per le famiglie
- Raccolte per le famiglie con quattro programmi fedeltà di successo: «Aria di primavera», «Arriva l'estate», «Destinazione universo» e «Magia d'inverno»
- Realizzazione di varie misure pubblicitarie su canali online e offline come ad esempio il «bombo Ciuffi» per la stagione delle grigliate e l'iniziativa natalizia dei bigliettini con messaggi

Lettrici e lettori di Cooperazione e Cooperazione Weekend

ca. 4.7 mio.

