

Comunicazione e marketing

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

Highlight Comunicazione

- Cooperazione: rilancio della rivista leader con la maggior diffusione, che raggiunge 3.4 milioni di lettrici e lettori, pubblicata ogni giovedì come giornale del weekend
- Cooperazione Weekly: popolarità inalterata tra le pendolari e i pendolari, pubblicazione insieme all'edizione del lunedì di «20 minuti» con un indice di penetrazione in crescita che raggiunge oltre 1.4 milioni di lettrici e lettori
- «scoop!», una campagna mirata alle/ai giovani, registra 17.4 milioni di interazioni su TikTok, Snapchat, Instagram e YouTube, generando un forte impatto d'immagine presso la clientela di domani
- Ufficio Stampa: grande visibilità di Coop nei media, diffusione proattiva di oltre 100 informazioni ai media, circa 1 200 richieste da parte dei media evase e tre eventi mediatici di successo
- Riviste interne: rivista Forte per circa 80 000 collaboratrici e collaboratori Coop attive/i o in pensione. Rilancio della rivista Transgourmet «Plus» per circa 31 000 collaboratrici e collaboratori attive/i o in pensione in sette Paesi del gruppo Transgourmet. Rivista per il personale «Pronto Inside» di Coop Pronto AG, che raggiunge circa 5 200 collaboratrici e collaboratori
- App myCoop per il personale: elevato tasso di attivazione tra oltre 51 000 collaboratrici e collaboratori (96%), news aggiornate quotidianamente a supporto dello scambio di informazioni interne e accesso a servizi essenziali
- Sponsor principale della Festa federale di ginnastica di Losanna e di altri 110 progetti e iniziative locali che pongono l'accento su ginnastica, cultura ed eventi per famiglie con più di 3.35 milioni tra partecipanti, visitatrici e visitatori

Highlight Marketing

- Social media: oltre 125K follower e 2.4 milioni di like su TikTok
- Supercard: con 3.4 milioni di conti attivi, nel 2025 la Supercard ha consolidato la sua posizione di programma di fidelizzazione leader in Svizzera
- Hello Family: il club per famiglie ha festeggiato il suo 15° anniversario e conta oltre 800 000 famiglie socie
- Nuova funzione nell'app Supercard che permette la donazione di superpunti per buone cause
- Raccolte per le famiglie con quattro programmi fedeltà di successo: «Bentornata primavera», «Summer Time», «Il bosco, che avventura!» e «Magico inverno»
- Numerose misure pubblicitarie su canali online e offline, come uno spot TV per le grigliate con il «bombo Ciuffi» e il cantante Baschi, la campagna per la fondue e la raclette con la «puzzola Stevie» come protagonista e una campagna natalizia con occhi mobili
- Sei avvincenti riviste tematiche: Pasqua, Grill, Italia, Avvento & Natale. La rivista a tema «Feel Good» verrà d'ora in poi distribuita in modo mirato ai diversi gruppi target con una tiratura di 600 000 copie
- Servizio clienti: 540 000 richieste con focus particolare su prodotti, assortimenti, offerte digitali, promozioni-raccolta e «A caccia di»

Lettrici e lettori di Cooperazione e Cooperazione Weekly

4.7 mio.

