



il magazine
che arriva al cuore
di chi sa riconoscere
la raffinatezza, lo charme
e il buon gusto. Nei viaggi,
nella remise en forme, nelle auto,
negli oggetti... negli stili
di vita che fanno la differenza

Edizioni l'Arte di Viviani srl
v.le Macedonio Melloni, 34 - 20129 Milano - tel. 02.7015191 - fax 02.70151999 - info@vvinben.com

QUOTIDIANO DELLA COMUNICAZIONE

Anno XV n° 26 giovedì 12 febbraio 2004

AZIENDE **Coop Italia: 3 milioni di copie per il nuovo Consumatori, 15 milioni per la comunicazione '04**

Nel 150esimo anno di attività, **Coop Italia** rinnova il rapporto ormai consolidato con i quasi 3 milioni di soci rilanciando il periodico **Consumatori**, nato circa 20 anni fa. Sotto la direzione di **Dario Guidi** - la redazione centrale è a Bologna -, che ha assunto l'incarico lo scorso settembre, la testata ha vissuto una



profonda trasformazione, non solo grafica, ma anche contenutistica, passando da una foliazione di 16 pagine all'attuale di 32. Questo per quanto riguarda la parte nazionale del giornale, quella comune, cioè, a tutte e 13 le diverse edizioni regionali: il mensile, infatti, arriva a tutti i soci di **Coop Liguria, Nova Coop, Coop Adriatica, Coop Estense, Coop Consumatori Nord Est e Coop Reno**. Della compagine societaria di **Editrice Consumatori** è entrata a far parte recentemente anche **Coop Lombardia**. Globalmente, **Consumatori** copre il 60% circa delle aree di vendita dell'insegna. Le singole versioni locali, poi, variano da 32 a 16 pagine, in modo flessibile a seconda delle esigenze, oltre a quelle nazionali. Fra le novità di maggior rilievo spunti di attualità, letture, rubriche di giornalisti, docenti universitari ed esperti, vignette di **Elle**

Kappa. Anche il formato è nuovo, 17,5x28,5; la gabbia grafica è firmata **Ferro Comunicazione & Design**. Intervistato da **Daily Media** a margine della presentazione di **Consumatori** alla stampa, ieri a Milano, **Dario Guidi** ha spiegato: «Attualmente, la parte nazionale contiene 3 o 4 pagine di pubblicità, mentre

quella locale varia a seconda delle edizioni. Si occupa della raccolta il nostro ufficio interno, selezionando le inserzioni in base anche a criteri di coerenza con i contenuti e la filosofia di Coop. L'obiettivo di raccolta pubblicitaria è di 500.000 euro». Il numero di gennaio-febbraio - in tutto saranno 10 i numeri del 2004 - è ora in distribuzione, con una tiratura di 2 milioni 970.000 copie: il lancio è stato "preparato" da manifesti su punto vendita. "Potere dei consumatori o potere dei media" è il titolo della tavola rotonda, che si è tenuta dopo la presentazione della rivista. **Enrico Finzi**, presidente **Astra Demoskopea**, ha illustrato alcuni dati sulla sensibilità degli italiani per il consumo sostenibile. Degli intervistati, il 30% può dirsi "militante", il 50% è genuinamente attento, il 70% si dice sensibile. Un bacino che può riconoscersi nei valori di Coop.

Crescono gli investimenti

Cresce l'investimento in comunicazione per Coop Italia: nel 2004, saranno stanziati 15 milioni di euro, rispetto ai circa 14 dell'anno passato. «Partirà a marzo la nuova campagna televisiva di **Lowe Pirella** - dichiara il presidente **Vincenzo Tassinari** al termine dell'incontro di ieri -. Ma le iniziative spazieranno dal punto vendita, agli eventi, alla stampa». L'obiettivo è dare ulteriore visibilità al patrimonio di valori di Coop, con uno sguardo, però, proiettato verso il futuro. Le attività saranno declinate sia sul piano nazionale sia su quello territoriale. L'insegna della gdo varca la soglia dei 150 anni in ottima salute, con un giro d'affari nel 2003 di 11 miliardi di euro, in crescita sul 2002 del 12,3%.

BUDGET

OmniDecor si affida all'agenzia Meroni

Il gruppo **OmniDecor**, specializzato nella realizzazione su scala industriale di lastre di vetro satinato, ha affidato all'agenzia **Meroni Comunicazione** di Tavernerio (Como), le attività di media e public relations, oltre alla realizzazione della nuova campagna pubblicitaria 2004 e al rifacimento del sito internet. La nuova campagna stampa, pianificata in Italia, Spagna, Inghilterra e Brasile sulle principali testate specializzate e di settore, è stata firmata da **Davide Cerati**. E' stato girato anche un video, che sarà utilizzato per le fiere a cui **OmniDecor** parteciperà.

meroni
comunicazione

RASSEGNA STAMPA

Testata **DAILY MEDIA**

Data **12.02.2004**

DailyMedia 5