



Iper, La grande i debutta a Marca

Il prossimo 13 e 14 gennaio Iper, La grande i parteciperà, per la prima volta, a *Marca*. Una decisione che nasce dalla convinzione che l'offerta della private label è un valore fortemente distintivo, un patrimonio aziendale su cui continuare a innovare e investire. Negli anni, Iper ha individuato proprio in quest'area un asset di sviluppo strategico per costruire e consolidare la fedeltà del consumatore. L'ascolto attento del mercato ha spinto l'insegna a intercettare in anticipo i nuovi orientamenti di consumo, per trasformarli in linee di prodotto coerenti con i trend più attuali. La gamma di prodotti a marchio, riunisce in sé tutti i valori che hanno fatto crescere Iper, La grande i e che l'hanno portata a essere tra i riferimenti più autorevoli della distribuzione moderna in Italia: la 'qualità da leader' accessibile a tutti, l'innovazione, la sostenibilità, l'orgoglio italiano, l'integrazione con il tessuto sociale del Paese, l'attenzione per le piccole produzioni locali.

In risposta alle propensioni di consumo in continua evoluzione, l'offerta a marchio è stata, da un lato, sempre più segmentata e, dall'altro, fortemente qualificata, con l'apertura a mercati ad alto valore aggiunto.

Cuore dell'offerta a marchio privato sono i prodotti **Iper**, la linea base, che Altro Consumo, nella consueta inchiesta annuale, ha individuato essere la più conveniente tra tutte le marche commerciali, con un risparmio medio del 43% rispetto agli stessi prodotti di marca. Poi, la gamma **Premium/Regionale**, con i tre brand *Terre d'Italia*, vetrina sulle eccellenze regionali italiane, *Il Viaggiator Goloso*, selezione di prodotti top di gamma recentemente acquisita da Unes – l'insegna dei supermercati del gruppo – per rafforzare le sinergie all'interno del gruppo Finiper, e *Patto Qualità* Iper, il marchio dei prodotti a filiera certificata che include carni avicole, suine (prosciutto cotto) e ittiche fresche, alto di gamma, rigorosamente di provenienza italiana. Il marchio *Patto Qualità* garantisce Origine, Metodo di ottenimento dei prodotti (coltivazione/lavorazione/metodo di pesca/controllo dell'alimentazione), redditività equa della filiera per tutti gli attori coinvolti.

Per rispondere ai nuovi trend di consumo emergenti come il segmento del **Bio** e del **Salutistico**, sono state sviluppate delle linee di prodotto dedicate. Il filone del biologico è stato interpretato con il marchio *iNaturale*, espressione dei due segmenti Bio e Eco, dove l'attenzione alla tutela dell'ambiente investe non solo i prodotti, food e non food, ma anche gli imballi, eco-sostenibili, e tutti i processi produttivi, con l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile. Per intercettare la richiesta di salutismo, oltre dieci anni fa è invece nato il marchio *Amarsi e Piacersi*, frutto di una collaborazione con l'Università di Pavia. Questa linea è in grande evoluzione proprio perché risponde in modo efficace ai nuovi trend

nell'area salutistica, in particolare quelli del senza glutine e lattosio dove si concentrano gli sforzi di ricerca più importanti. Negli anni, l'insegna ha abbracciato anche segmenti eccellenti, dove la produzione italiana si esprime ai massimi livelli. Come il mondo dei vini, con **Grandi Vigne**, la proposta a marchio che per prima è entrata nel comparto vitivinicolo. Lanciata nel 2006 e di recente affiancata da **Grandi Vigne Bio**, include oltre 60 referenze e valorizza le piccole produzioni locali attraverso una rete di 27 fornitori appartenenti alle regioni a più alta vocazione vitivinicola. E come il mondo della filiera agroalimentare 100% italiana, con **VOI**, il brand nato dalla collaborazione tra l'azienda, Coldiretti e FAI (Firmato Agricoltori Italiani). Questa linea dalla forte valenza etica presenta prodotti di qualità 100% italiani venduti a prezzi vantaggiosi e trasparenti per chi acquista e per chi produce e si propone di avvicinare il grande pubblico al patrimonio agroalimentare italiano, attraverso alimenti tipici come la pasta di semola di grano duro siciliano, il riso Carnaroli e Arborio, il latte UHT e l'olio extravergine di oliva. In un paese che cambia, Iper La grande i è un'insegna fluida, votata al cambiamento, come confermato dal continuo sviluppo della proposta a marchio commerciale. Così, costruisce valore e accresce fedeltà e notorietà al suo mondo, e forte di queste premesse si prepara allo sviluppo internazionale messo in cantiere per il 2016.

Iper, La grande i rappresenta una delle più importanti realtà nel panorama nazionale della Grande Distribuzione Organizzata, tra le poche interamente di proprietà italiana, con 26 punti vendita (27 nel 2016 con l'apertura del nuovo centro commerciale di Arese), in 7 regioni. Fa parte del Gruppo Finiper che conta circa 9.000 dipendenti e che nel 2014 ha registrato un fatturato di 2,6 miliardi di euro. Ampiezza dell'assortimento, qualità sostenibilità convenienza e italianità sono i valori che guidano le scelte di Iper, La grande i.

Per informazioni:

Iper, La grande i: Ufficio Relazioni Esterne, Via M.U. Traiano 57, 20149 Milano – Tel. 02 39207111
antonella.emilio@iper.it - celeste.birocchi@iper.it