



Prodotti del meridione una mano contro il caro spesa.

Nei supermercati Coop dal 30 gennaio al 9 febbraio.

Oggi potete trovare tutta la convenienza e la genuinità dei prodotti meridionali proprio come sono all'origine. Perché la Coop li va a prendere alla fonte, direttamente dalle aziende produttrici. Lo si vede anche dai prezzi.



TONNO ALCO all'olio di oliva vaso vetro g 170	PASTA DI SEMOLA "AMATO" g 500	OLIO EXTRA-VERGINE TIPICO "CIMA DI BITONTO" in anfora l. 1	MOZZARELLA DI BUFALA l'etto	SALSICCIA NAPOLI dolce o piccante puro suino l'etto
1.390	430	3.180	650	590
VINO VERMENTINO DEL PARTEOLLA cl. 75	PASTA DI SEMOLA "LECCE" fusilli, orecchiette, maccheroni, g 500	OLIVE VERDI "OLIVERCOOP" g 750	PROVOLA AFFUMICATA SABELLI l'etto	SALAME NAPOLI dolce o piccante puro suino l'etto
1.090	490	1.650	420	590
VINO CIRÒ rosso e rosato cl. 72	POMODORI PELATI SAMMARZANO "LISA" g 400	CONFETTURA CIRIO g 400	PROVOLA BIANCA SABELLI l'etto	SALAME MUGNANO dolce, puro suino l'etto
920	180	850	420	640
VINO MONTEPULCIANO D'ABRUZZO D.O.C. l. 1,5	POMODORI INTERI "IL CORBARINO" vaso vetro g 700	CONFETTURA DI FICHI ALCO vaso vetro da g 350	PROVOLONE PICCANTE AURICCHIO l'etto	AMARO AVERNA cl. 70
1.470	790	680	650	3.630
VINO MONTEPULCIANO D'ABRUZZO D.O.C. CERASUOLO l. 1,5	MELANZANE SICILIA il Kg.	PESCHE SCIROPATE COOP g 800	CACIOCAVALLO BIANCO SABELLI l'etto	BRANDY COOP cl. 75
1.470	1.590	690	470	3.590
VINO MONTEPULCIANO D'ABRUZZO D.O.C. TREBBIANO l. 1,5	ALICI IN SALAMOIA "MAGGIORE" vaso vetro g 200	SPREMITA 4 ARANCE "ARANCA" in lattina cl. 17	PECORINO GRAZIOLA l'etto	LIQUORE CENTERBE TORO 70° cl. 50
1.470	980	340	570	5.680
MOSCATO PASSITO PANTELLERIA "TANIT" cl. 72	MELANZANE ALL'OLIO "OLIVERCOOP" g 500	LIMONE SICILIA 300/360 il Kg.	PECORINO GALLURA FIORE l'etto	AMARO LUCANO cl. 75
2.290	790	890	645	3.630
MARSALA VECCHIO FLORIO cl. 68	ANTIPASTO ALL'OLIO "OLIVERCOOP" g 500	ARANCIA TAROCCO 108/160 zone Francofonte, Lentini il Kg.	CAPPERI DI PANTELLERIA sotto sale in busta g 100	STREGA ALBERTI cl. 75
1.490	980	790	690	4.540

Coop. Siamo piú grandi perché sono piú forti i consumatori.