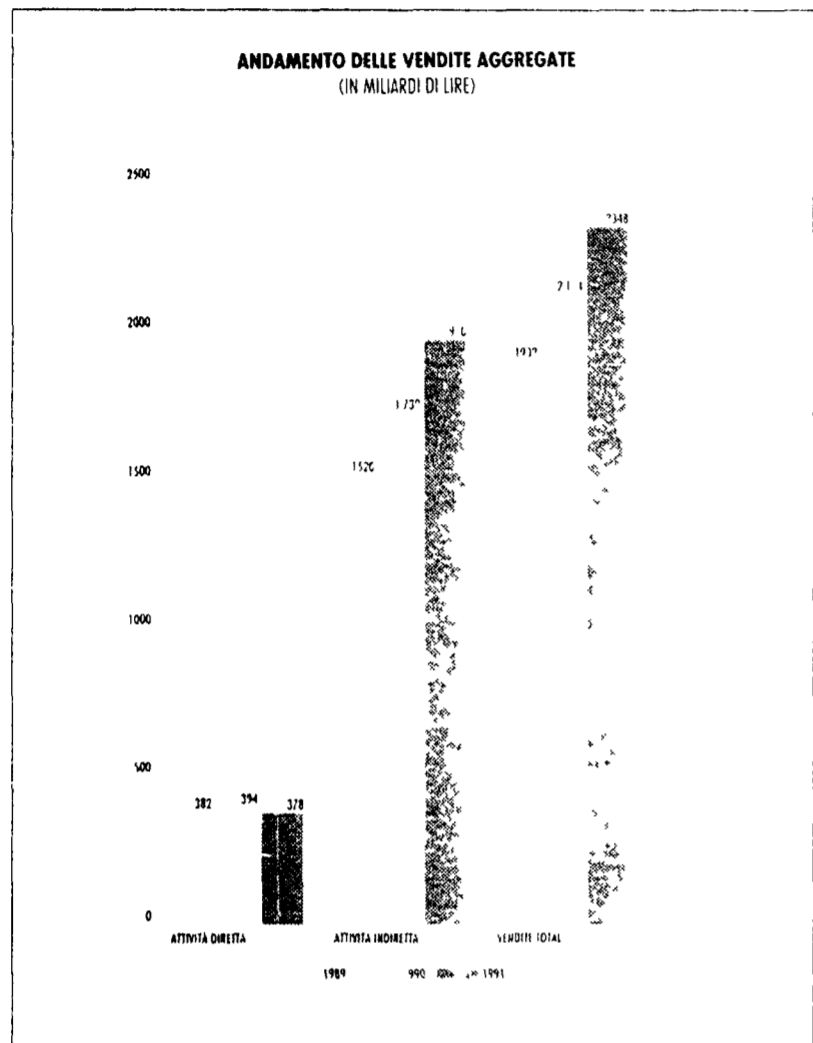


I prodotti a marchio rimarranno a prezzi bloccati fino al 31 dicembre

Politica antinflazionistica 400 proposte Conad



Conad annuncia il blocco dei prezzi dei propri prodotti a marchio (oltre 100) fino al 31 dicembre 1992. Questa decisione è stata presa per contrastare le spinte inflazionistiche conseguenti alla svalutazione della lira e per contribuire quindi con il contenimento della carovita alla riuscita del piano di sviluppo economico.

Negli ultimi mesi diverse aziende che operano nella distribuzione hanno registrato una stagnazione nella crescita dei consumi. Fedeli osservatori dell'atteggiamento dei consumatori italiani infatti i gruppi della Distribuzione Organizzata e della Grande Distribuzione sono i primi a verificare le tendenze in atto grazie al rapporto diretto mantenuto giorno per giorno con i consumatori.

Dopo il grido d'allarme di altri operatori del settore riguardo il trend dei consumi alimentari anche Conad (Consorzio Nazionale Dettaglianti) segnala dati non incoraggianti relativi al periodo estivo appena trascorso. I dati di fatturato infatti pur continuando a crescere registrano tassi di crescita inferiori rispetto al passato. Una prova è fornita dal fatturato del settembre 1992 che è cresciuto a paragone del settembre 1991 di circa 18% contro un aumento annuo (1991 contro 1990 ultimi dati disponibili) di quasi il 13%.

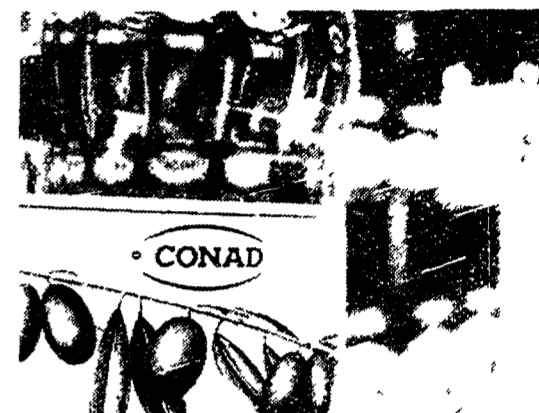
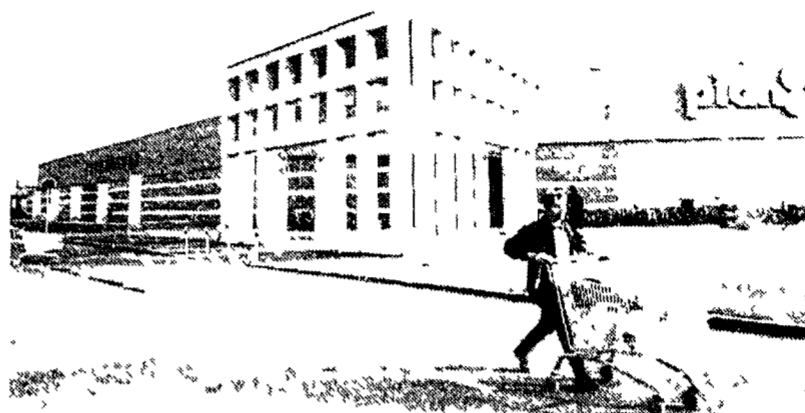
Si tratta di ulteriori segnali di un periodo non certo positivo per la nostra economia? Sicuramente sostiene Aureliano Lippi, Direttore Generale del Conad «anche se bisogna stare attenti a non drammatizzare. Innanzitutto si tratta di dati parziali. Un confronto attendibile dovrebbe essere fatto su base annua e si deve perciò aspettare la fine del 1992. In effetti la ripresa di settembre dopo il fisiologico rallentamento dei consumi del periodo estivo non è stata pari agli ultimi anni. Ciò è probabilmente dovuto a un atteggiamento più prudente e accorto da parte dei consumatori nella fase di acquisto dettato da aspettative talmente poco rosee rispetto all'economia del nostro paese. Noi di Conad continueremo a pensare comunque che non ci si debba far prendere dalla sindrome da recessione e continuare a lavorare per cercare di assicurare ai nostri consumatori un servizio di alta qualità e prodotti scelti a prezzi contenuti e convenienti che su queste variabili si gioca il futuro della moderna distribuzione».

In linea con questo pensiero Conad ha così deciso di bloccare i prezzi dei propri prodotti a marchio fino alla fine dell'anno in corso. I sette mila punti vendita con i marchi Conad e Margherita quindi continueranno a offrire fino a quella data i prodotti contrassegnati dal marchio Conad agli stessi prezzi senza che su questi possano incidere gli effetti della manovra monetaria attuale e futura.

I prodotti a marchio firmati Conad rappresentano un'offerta e considerabile: si tratta di oltre 100 proposte di qualità assoluta e garantita e seriosamente testate con controlli accurati che vanno dalla scelta dell'intera filiera alla produzione fino al punto vendita. Questo assortimento è inoltre in continuo espansione e il Consorzio prevede di realizzare altre centomila nuove referenze entro breve tempo, prendendo come nel caso del vino doc e dello yogurt, come riferimento le aziende che hanno investito nella ricerca e sviluppo.

Le aziende di produzione vengono selezionate con estrema attenzione e rigore

Per il marchio solo la qualità: ecco il binomio vincente



I prodotti a marchio di insegna stanno assumendo una rilevanza sempre più strategica per i distributori come elemento caratterizzante e qualificante dell'offerta.

Conad è stata una delle prime catene distributive ad impostare e perseguire un programma di alta qualità della produzione (alimentare e non) che porta il suo nome.

L'attuazione di questo programma prende origine sin dalla stipula di contratti rigorosi e molto restrittivi con le aziende di produzione.

Innanzitutto vengono selezionate solo aziende che

presentano adeguate strutture di produzione e particolari garanzie di affidabilità sugli standard qualitativi.

Vi è inoltre sottolineato che la stabilità generale dei consumi alimentari è un lato ed il forte sviluppo della marca commerciale dall'altro rendono oggi le aziende di marca molto più disponibili a offrire prodotti con il marchio del distributore.

Il controllo di qualità effettuato da Conad si attua sia sulla produzione (controllo delle materie prime utilizzate e delle varie fasi di lavorazione) che sulla fase di commercializzazione attraverso il prelievo di campioni

direttamente sui punti vendita.

Le ricerche confermano che i consumatori apprezzano i prodotti a marchio proprio perché vivono l'insegna del distributore come una garanzia sulla qualità del prodotto.

Il marchio Conad contraddistingue oggi circa 500 prodotti, 120 dei quali nel settore fresco.

Il posizionamento di questi prodotti prevede un livello qualitativo pari a quello del leader di mercato ad un prezzo inferiore.

Nel prossimo triennio il numero di prodotti a marchio dovrebbe almeno raddoppiare, soprattutto con l'ingresso in mercati importanti ed in fase di espansione (per food, surgelati, yogurt).

Il recente ingresso di Conad nel mercato del vino Doc con un'offerta esclusiva e semplice molto bene importante e la missione che viene attribuita ai prodotti a marchio.

Attraverso il marchio Naturale di Conad vengono invece commercializzati prodotti biologici, naturalmente controllati nel settore ortofrutta e in fase sperimentale delle carni.

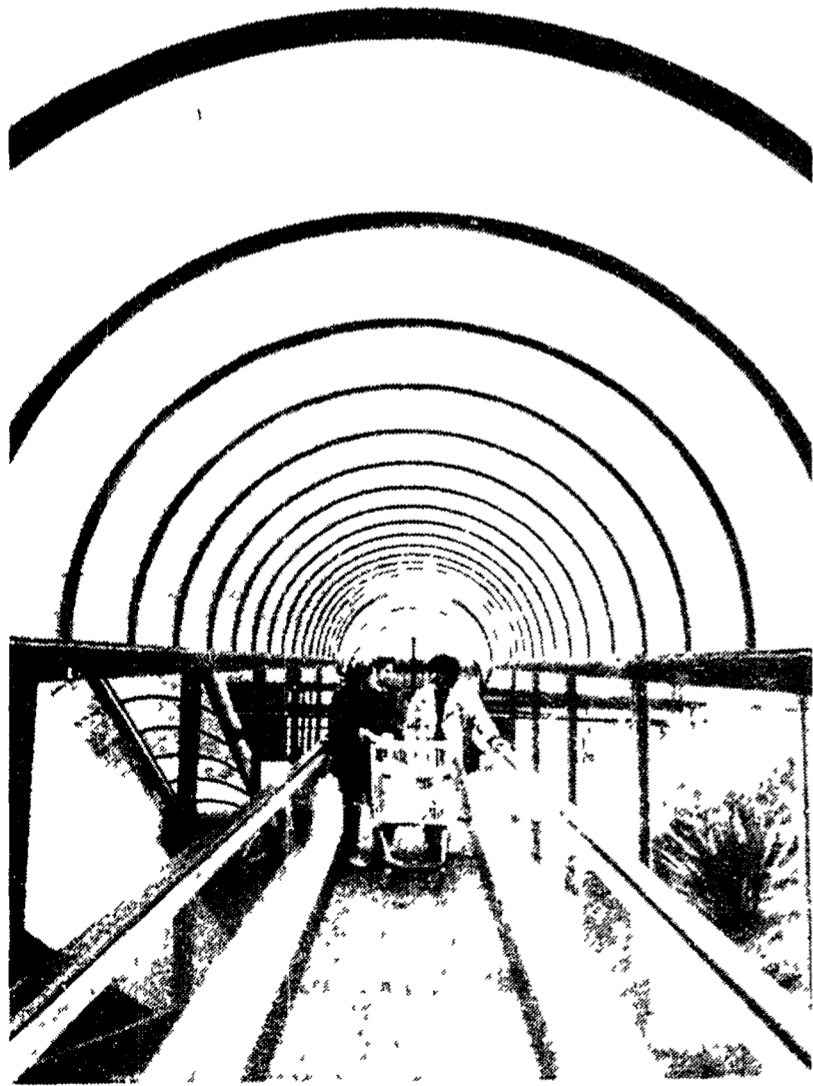
Questo marchio è in fase di particolare sviluppo data l'ottima accoglienza di questo genere di prodotti da parte

dei consumatori.

I marchi a marchio di Conad sono prodotti a marchio proprio (es. salsicce, olive, salsicce, leader in Italia) e prodotti a marchio leader (es. biscotti, pasta).

Negli ultimi mesi il fatturato a marchio è cresciuto di oltre il 40%. L'incidenza sul fatturato totale risulta del 10%.

Il marchio di insegna è presente nel 90% dei contratti di fornitura con i distributori.



Una rete di servizi altamente specializzati

Fincomma: innovazione e sviluppo

■ Sempre più il futuro della distribuzione è legato alla finanza e allo sviluppo di tecnologia evoluta e personalizzata. Il sistema Conad ha realizzato nel tempo una rete di servizi altamente specializzati con standard evoluti in tutti i settori professionali, rendendo omogeneità e razionalità un'organizzazione di imprese diverse per carichi di distribuzione e per caratteristiche geografiche.

Fincomma finanzia i servizi per il commercio associato s.p.a. ha un capitale sociale di 9.000.000.000 ed è costituita in un accordo di distribuzione associata. Controlla e coordina tutte le Società finanziarie e di servizio del sistema Conad e di altri sistemi distributivi aderenti all'Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti. Lo scopo della Società Fin-

comma è interpretare i bisogni di tutta l'organizzazione in particolare di sviluppo e investimento, tradurli in progetti e realizzarli in accordo con linee generali del sistema. Le attività sviluppate tramite otto Società coprono le attività finanziarie, di gestione, di tecnologia e di sviluppo del rete. I servizi di un agente di sviluppo e di un agente di distribuzione.

A TAVOLA L'EUROPA UNITA HA UN LEADER

IL GRUPPO BARILLA LEADER IN EUROPA PER I PASTI
ALIMENTARI E I PRIMI NEI PRODOTTI DA FORNO
RELEVANTI IMPEGNO NELLA RICERCA, IN PARTICOLARI
NELLE TECNOLOGIE E PER SERVIRE MEGLIO I
CLIENTI E SODDISFARNE I BISOGNI DEI CONSUMATORI