

Comunicato stampa:

Politiche commerciali mirate per la Valcamonica

Piantedo, 30/06/2011

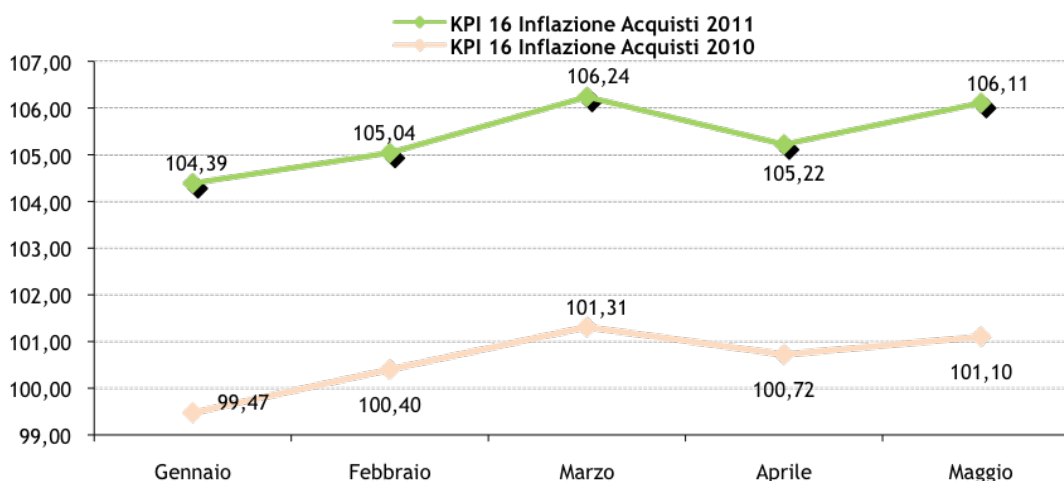
Le informazioni che ruotano attorno al mondo della grande distribuzione, e non solo, ci parlano sostanzialmente di due elementi:

1. Aumento del costo delle materie prime e, di conseguenza, dei listini praticati dai fornitori;
2. Calo del potere di acquisto da parte dei consumatori.

Alla luce di queste due macro evidenze, Sermark ha deciso di intervenire nella modalità che riassumiamo qui di seguito.

Rimanere costantemente sotto l'inflazione

Nel grafico allegato, vengono riportati i tracciati dell'inflazione all'acquisto per gli anni 2010/2011. La differenza è di quasi 5 punti percentuali. Da noi l'inflazione alla vendita è stata fermata a 2,5 punti percentuali (l'inflazione tendenziale annua in Italia è al 2,6%; fonte Istat su periodo cumulato gennaio-maggio 2011).



Supportare politiche deflattive sui beni di prima necessità: i prezzi ribassati, la nuova convenienza firmata Sermark

- Sermark ha deciso di riposizionare, a partire dal 1° luglio ed in tutta la Rete, il prezzo di tutto il **pane** che produce a 2,80€/Kg (dal precedente posizionamento che partiva da 2,90 fino a 3,20€/Kg). Questa azione arriva in controtendenza dopo gli aumenti nel settore delle

farine di circa il 25%. Vogliamo precisare che il nostro posizionamento non intende essere il prezzo di riferimento su Piazza, dove sono presenti puntuali e limitati casi di prezzi più bassi, ma vuole porsi come rappresentativa della nostra filosofia: semplicità e trasparenza nei confronti dei clienti.

- Sempre dal 1° luglio, Sermark riposizionerà nell'Iper di Adamello e nei Super di Breno e Lovere i prezzi sui prodotti che pesano circa l'80% dei volumi nel reparto **Frutta & Verdura**. Mediamente, le referenze trattate ogni giorno sono 420 negli Iper e 260 nei Super; questo riposizionamento rappresenta, di nuovo, la volontà di riconfermare l'Iper come locomotiva della convenienza e, per i Super, una forte vicinanza ai clienti su specifiche Piazze. La qualità dei nostri prodotti è alta e siamo certi che i clienti apprezzeranno la qualità al giusto prezzo che troveranno nei nostri punti vendita. Poiché i prezzi di questo reparto cambiano quotidianamente comunicheremo, con apposito supporto, tutti i prezzi che sono oggetto di questo ribasso.

I prezzi standard nel Largo Consumo Confezionato

- Sermark Adamello, seguendo la propria politica di convenienza, ha deciso di dare un forte segnale di vicinanza alla propria clientela. Sono state identificate 316 categorie merceologiche che hanno il maggior numero di clienti; su queste sono stati applicati ribassi coprendo tutte le classi di prodotti. I reparti coinvolti sono quelli dell'alimentare, salumi, formaggi e latticini confezionati.

Apertura del punto vendita Iperal di Nave

Nell'anno del 25° anniversario Iperal inaugura Nave, il 32° negozio del gruppo. La prima apertura risale al 12 agosto del 1986 con il punto vendita di Castione.

Il 2011 è un anno che necessita di essere osservato con più lenti. E' complesso perché presenta dinamiche di Mercato non lineari che richiedono **politiche commerciali mirate** ma è anche un degno palcoscenico per il 25° anno del Gruppo con la previsione di 5 nuove aperture.

- Il 5 aprile scorso è stato inaugurato il punto vendita di Flero, primo Iperstore Iperal nella zona di Brescia;
- Il 5 maggio ha aperto l'iperstore di Bianzone, nel mandamento di Tirano;
- Oggi si inaugura l'iperstore di Nave;
- A fine settembre verrà aperto l'Iperstore Iperal a Rogno, all'interno del centro "La Valle"; le aperture di Flero, Nave e Rogno avvengono attraverso la società "Brescia Iperstore s.r.l.", costituita alla fine del 2010 con il partner Family Market s.r.l.

Il Gruppo Iperal è *"da sempre, per te"*.

Dentro queste parole si cela il nostro credo. Evolviamo progressivamente per soddisfare le esigenze dei clienti ma, al tempo stesso, lavoriamo per fornire ai clienti di oggi soluzioni per il domani.

Pur provenendo da una solida esperienza nella realizzazione di ipermercati, Sermark ha sviluppato negli ultimi anni un formato Iperstore con alcuni fattori che ne personalizzano l'offerta:

- Assortimento completo dell'alimentare (molto vicino ad un ipermercato);
- Oasibenessere: reparto specializzato nella salute e bellezza;
- Freschi di qualità e sistema take away nei reparti gastronomia, formaggi, salumi, pane;
- Piano promozionale dell'ipermercato nell'alimentare (35 volantini, 1 ogni 10 giorni);
- Promozioni tematiche (Salone bellezza – Animaleria - Vini, Salumi e Formaggi, ecc);
- Programma di fidelizzazione con un Catalogo annuale e 3 collezionamenti brevi con il vantaggio della circolarità su tutta le rete;
- Innovazione con self-check-out e, da settembre, il self-scanning per velocizzare la spesa;

Iperal Nave: informazioni sul punto vendita

- Investimento complessivo per la ristrutturazione: 1,2 milioni di Euro;
- Superficie coperta 2300 mq;

- 15.000 prodotti;
- 13 casse di cui 4 con sistema di self check-out;
- 43 collaboratori;

Il Gruppo e le alleanze in breve

Il Gruppo Iperal è attivo nel settore della grande distribuzione con punti vendita distribuiti nei formati ipermercati, supermercati e Iperstore, in 7 province lombarde e conta circa 1.600 collaboratori.

Nel 2010 ha generato un fatturato di 460 milioni di euro. I punti vendita del Gruppo presenti in Valcamonica sono 9 e operano con l'insegna Sermark.

Il Gruppo Iperal fa parte, insieme a Sogegross, Poli e Tigros, di Agorà Network.

Agorà Network chiude il 2010 confermandosi al primo posto nella graduatoria dei gruppi distributivi italiani realizzando una crescita a rete costante pari al 2,4% rispetto all'anno precedente (Fonte Nielsen Like4Like10000).

Agorà network, dal 1° gennaio 2011, ha formalizzato la propria adesione alla Centrale acquisti ESD Italia, entrando a far parte della compagine sociale.

Link collegati:

<http://www.iperal.it/>

<http://www.agora-net.it/pagine/pagina.aspx>

http://www.iperal.it/alleanze_esd.php