



R Retail

B Brand & Prodotti

C Consumatore

Abbonamenti

REGISTRATI

Retail > In primo piano > Pugliese-Conad: la MDD deve puntare sullo sviluppo

## Pugliese-Conad: la MDD deve puntare sullo sviluppo

f

t

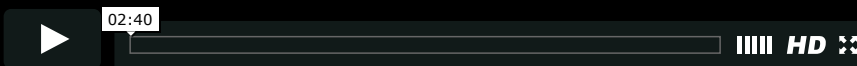
in

g+

Francesco Pugliese, Ad di Conad, intervenendo a Marca-Bologna ha dato una propria definizione di Marca del distributore (MDD): la Marca deve essere capace di costruire un'offerta basata sui valori di insegna, mettendo al centro la qualità e il prezzo, che però sappia contemporaneamente garantire la crescita dei volumi di vendita del gruppo dove viene sviluppata. Un conto è fare crescita, un altro...



**Pugliese-Conad:  
fare Marca MDD significa  
costruire un'offerta basata  
su valori, qualità e prezzo  
che garantisca la crescita  
nel futuro**



Pugliese-Conad: la MDD deve puntare sullo sviluppo

Gennaio 2016. Francesco Pugliese, Ad di Conad, intervenendo a Marca-Bologna ha dato una propria definizione di Marca del distributore (MDD): la Marca deve essere capace di costruire un'offerta basata sui valori di insegna,



SONDAGGI →

Ultimo sondaggio

07.01.2016

Il layout a pettine di supermercati e ipermercati è in linea con i cambiamenti di acquisto e di consumo?

- Sì, certo. 5%
- No, bisogna ripensarlo a fondo 17%
- No, bisognerebbe costruirlo ad isole, per aree esperienziali e di funzione 47%
- No, oltre alle isole bisognerebbe inserire sempre un ristorante 30%

VOTA

mettendo al centro la qualità e il prezzo, che però sappia contemporaneamente garantire la crescita dei volumi di vendita del gruppo dove viene sviluppata.

Un conto è fare crescita, un altro conto -dice Pugliese- è fare sviluppo: oggi le categorie del biologico, del premium stanno aumentando il tasso di sviluppo di Conad e con esse fatturato e marginalità.

L'innovazione è ormai nel Dna dei retailer, sottolinea Pugliese, e sono proprio le MDD oggi a fare innovazione. Basti ricordare due grandi innovazioni che hanno trasformato in anni recenti il largo consumo:

- la IVa gamma,
- i salumi take away.

In entrambi i distributori hanno saputo metterci la faccia.

Fare Marca oggi, dice Pugliese, non è più come una volta quando bastava un mulino e un mugnaio che faceva il pasticcere e che discuteva della qualità con una gallina. Oggi la qualità è un sistema complesso che forse solo la MDD dei retailer può fare.

Grazie per la lettura




### Guadagna un RWcoin

Registrati, accedi al sito e condividi questo articolo su uno di questi social network. Guadagnerai un credito utile per consultare un altro articolo di archivio.



 Lascia un commento:

AGGIUNGI

 0 Commenti

Non sono presenti commenti



Ricevi i nostri  
aggiornamenti  
ogni settimana

ISCRIVITI ALLA  
NEWSLETTER

  
ABBONAMENTI



**Il Club**  
esclusivo



**RWcoin**  
dinamico



POTREBBE INTERESSARTI ANCHE...