

GDOWEEK

Despar spinge la mdd italiana oltreconfine

Chiara Bertoletti - 18 aprile 2018



Condividi su Facebook



Tweet su Twitter



Salva



Per Despar Italia la valorizzazione delle eccellenze territoriali italiane è al centro di un costante lavoro di sviluppo della mdd, **un indirizzo che porta questo tipo di prodotti a marchio ad ottenere crescente riscontro anche oltreconfine**, nei punti di vendita internazionali del retailer. Pasta, vino, conserve: parliamo di **referenze premium a marchio Despar**, brand presentato come sinonimo stesso di italianità in quanto presente solo nel nostro Paese.



"Il compito dei produttori è quello di fare prodotti buoni, come stanno già facendo. Noi sviluppiamo insieme a loro dei progetti, **facciamo un lavoro di selezione delle referenze che vendiamo poi a Spar International** e che si occupa successivamente di portarle sul mercato", spiega a Gdoweeek Lucio Fochesato, direttore generale di Despar Italia, a margine della Convention Nazionale Despar Italia 2018: "**Le pmi necessitano di essere coordinate** e noi le supportiamo in tal senso, naturalmente garantendo che rispettino tutti i criteri richiesti".

Un orientamento alla crescita private label in linea con le più recenti richieste e tendenze del mercato, volto ad implementare **un assortimento sempre più diversificato ed ampio**, in grado di aumentare la propria quota a valore (al momento in Italia per il retailer rappresenta circa il 18,6% delle vendite).

"La marca del distributore oggi rappresenta **un mondo di valori e innovazione** che le hanno fatto conquistare un nuovo posizionamento in gdo -sottolinea Fochesato- E per innovazione sana e sostenibile intendo anche la capacità di unire le forze e collaborare. Penso ai nostri 400 fornitori ed oltre 300 affiliati."

