

Pugliese: basta merchandiser nei negozi. È tempo di tornare alla realtà

Marina Bassi e Patrick Fontana - 20 Marzo 2020



“In questo momento in cui stiamo frazionando le presenze nei punti vendita dei clienti è paradossale essere costretti a scrivere a tutte le aziende di marca per sospendere la presenza dei merchandiser nei nostri store. Cara Ferrero, che senso ha controllare le esposizioni dei prodotti per Pasqua e le esposizioni: siamo in guerra con il covid19 e con personale ridotto. Basta tornate alla realtà”

Questo il **post** che oggi **Francesco Pugliese** ha pubblicato su **LinkedIn**, insieme alla copia della lettera inviata ai fornitori, nella quale l'Ad di Conad sottolinea come “in un momento così difficile nel quale sono richiesti **comportamenti consapevoli e massimamente prudenti nell'uscire di casa**” si registrino “ancora **troppe inutili e pericolose presenze di personale delle aziende industriali che visitano i nostri negozi per espletare attività lavorative non necessarie** in questo periodo di massima allerta sanitaria. Sono attività -prosegue il documento- che mettono a rischio la salute di chi opera nei nostri negozi per garantire un servizio pubblico e necessario e che vi invitiamo a sospendere in ogni forma fino al ristabilimento da parte delle autorità delle condizioni sanitarie e di ordine pubblico”. Il documento si conclude con il sottolineare “**la nostra ferma decisione di rifiutare servizi commerciali se non espressamente richiesti dai singoli punti di vendita**”.

Cosa ne pensano retailer e industria? Lo abbiamo chiesto a:

per la **gdo**: *Pippo Cannillo*, Ad e presidente di **Maiora Despar Centro Sud**; *Ernesto Dalle Rive*, presidente di **Novacoop**; *Maniele Tasca*, direttore generale di **Gruppo Selex**; *Giorgio Santambrogio*, Ad di **Gruppo VEGÉ** e *Roberto Simonetto*, direttore merci di **Carrefour Italia**

per l'**industria**: *Segafredo Zanetti*; *Filippo Fereli*, trade marketing manager **Nutkao**; *Sabrina Mancini*, marketing manager **Madama Oliva**; *Andrea Alfieri*, responsabile marketing **TREVALLI COOPERLAT**; *Eleonora Zoia*, trade marketing manager di **Ponti**; *Cosimo Rummo*, presidente e Ad di **Pastificio Rummo**; *Gianluca Cevenini*, direttore commerciale **Nostromo Spa**

Il punto di vista della gdo

Anche **Maiora Despar Centro Sud** ha sentito la necessità di sottolineare la sospensione delle attività di assistenza da parte del personale incaricato dai fornitori in una lettera firmata dal presidente e Ad Pippo Cannillo, che sottolineando la rilevanza di servizio sociale fondamentale assunta dai punti di vendita richiama “a un **comportamento responsabile e**





maggiormente improntato alla tutela dell'intera comunità, a partire dai vostri e nostri colleghi". Ma visto il perdurare degli accessi nei punti di vendita "da parte di personale incaricato per effettuare mansioni certamente non indispensabili, nonostante le raccomandazioni e i protocolli", viene disposta "la sospensione, con effetto immediato (ndr 20 marzo), di tutte le attività di supporto alle vendite, di merchandising, di rilevazione e, in generale, di tutte le attività svolte da parte del personale (o incaricato dai) fornitori di merce, ad eccezione della mera presa d'ordine e consegna delle merci, che dovranno comunque avvenire nel rispetto delle norme in vigore".



"Questa situazione ci ha colto tutti impreparati -dichiara **Ernesto Dalle Rive**, presidente di **Novacoop**- ma stiamo svolgendo un insostituibile ruolo di servizio, in una situazione complessa anche per diverse interpretazioni alla normativa del decreto sicurezza a livello locale, sulla base di

una circolare del Ministero degli interni. Per questo, abbiamo già limitato l'ingressi dei merchandiser nei nostri negozi del non food come del food per limitare ulteriori rischi. Per questo possono entrare nei nostri negozi solo quando sono chiusi. Del resto, la stessa chiusura anticipata alle 19,00 nella nostra rete è stata voluta anche per garantire al personale maggiore tranquillità nelle operazioni di caricamento della merce, una soluzione che risponde proprio a maggiore sicurezza. Il tema, però, è anche un altro: che senso ha, in questo momento, spingere su evidenziazioni a scaffale, festività e promozioni, quando chiediamo ai nostri stessi clienti una permanenza veloce in store, con liste della spesa alla mano, senza girovagare nel negozio? Certo l'industria ha le sue ragioni, ma il momento è difficile".

"Siamo in una situazione anomala e senza precedenti, che richiede rigore nel rispettare le regole che ci sono state chieste come servizio pubblico -ci racconta **Maniele Tasca**, direttore generale di **Gruppo Selex**-. Non tutti i nostri soci hanno sospeso le attività dei servizi esterni all'interno dei negozi delle rispettive rete; alcuni hanno contingentato la loro presenza, in modo da garantire il mantenimento delle distanze e ridurre così contagi eventuali contagi. Si possono trovare soluzioni alternative, come, ad esempio, sta facendo Nielsen che ha sospeso la visita fisica del proprio personale per la rilevazione dei prezzi, preferendo la raccolta di questi dati per via elettronica attraverso email. Per lo svolgimento di queste attività di merchandising si potrebbe pensare anche a una

Maniele Tasca, direttore generale Selex

diversa organizzazione, che coinvolga i negozi prima della loro apertura o dopo la chiusura, ma tecnicamente questo richiede un ripensamento dell'organizzazione sulla quale ho qualche perplessità dal punto di vista operativo. Per questo preferiamo un contingentamento, così come abbiamo deciso di adottare per le festività pasquali un atteggiamento più soft. Inoltre, proprio per evitare rischi di contagio, abbiamo deciso di sospendere sia la distribuzione dei volantini, disponibili nei punti di vendita e in formula digitale, sia di comunicare le promozioni con strumenti tradizionali come affissioni e adv. Ben inteso: le promozioni continuano a essere presenti nei negozi, per garantire ai nostri clienti la solita convenienza (mentre toglierle potrebbe apparire speculativo), oltre che per rispettare gli impegni presi con le aziende fornitrici. Del resto, oggi i nostri sforzi sono focalizzati nel sostenere psicologicamente, fisicamente e finanziariamente il nostro personale di vendita, già ridotto rispetto al normale".

In linea con questa visione anche **Giorgio Santambrogio**, Ad di **Gruppo V&G**. "Premesso che bisogna distinguere merchandiser e ispettori delle grandi marche che controllano l'attività della marca instore, figure che necessitano entrambe dell'autorizzazione a entrare nei punti di vendita, questo non è il momento giusto per verificare queste attività. Si rischiamo inutili assembramenti, non in linea con le disposizioni del Governo, e non si lascia spazio ai clienti di fare la spesa con serenità, in una situazione già complessa. Tutta la gdo sta facendo la sua parte: non c'è bisogno ora di intasare l'attività dei negozi".



Roberto Simonetto, direttore merci di **Carrefour Italia**, sottolinea invece un **altro aspetto**: “In realtà ci sono molti fornitori che si sono resi disponibili ad aiutarci all'interno dei nostri punti di vendita dimostrando solidarietà e comprensione nella situazione attuale. Tra questi la stessa Ferrero. Non abbiamo nessun genere di pressione, anzi ... È un

momento difficile per tutti”.

Parla l'industria

Cosa ne pensa l'industria di marca? Ecco alcune dichiarazioni raccolte da **Patrick Fontana**.

“**Segafredo Zanetti** -fa sapere l'azienda- sin dall'inizio dell'emergenza ha deciso per senso di responsabilità e in stretta aderenza alle disposizioni di legge ha deciso di non inviare i propri merchandiser nella gdo fino al ritorno alla piena normalità”.

Filippo Fereli, trade marketing manager **Nutkao**

“Dai vertici del Gruppo Nutkao, l'azienda concorda con quanto espresso da Dott. Pugliese”

Sabrina Mancini, marketing manager **Madama Oliva**

“Al momento stiamo eliminando il servizio di merchandising relativo ai banchi delle olive sfuse. Riteniamo sia giusto farlo per la salute pubblica e per il momento possiamo soprassedere rispetto a tale servizio che non è di vitale importanza”.

Andrea Alfieri, Responsabile Marketing **TREVALLI COOPERLAT**

“L'azienda TreValli Cooperlat sta annullando tutte le attività previste sui pdv, come da richiesta della stessa gdo. Si sta cercando di limitare il più possibile la presenza dei nostri operatori sui pdv, anche se dotati di guanti e mascherine, garantendo comunque i servizi essenziali per il rifornimento della merce”.

Eleonora Zoia, trade marketing manager di **Ponti**

“La nostra azienda non ha una rete di merchandiser attiva sui punti di vendita. E al momento non abbiamo nemmeno attività spot che prevedano la presenza di merchandiser”.

Cosimo Rummo, presidente e Ad di **Pastificio Rummo**

“Tutto ciò che può essere utile a rassicurare la clientela e gli operatori della Gdo è per noi di Rummo un dovere civico. Aderiremo a ogni iniziativa che vada in questa direzione, confermando il nostro impegno nella produzione e nella distribuzione dei nostri prodotti con orgoglio e determinazione”.

Gianluca Cevenini, Direttore Commerciale **Nostromo Spa**

“Nostromo Spa in via precauzionale ha attivato lo smart working per tutti i dipendenti da lunedì 23/2, inclusi rete commerciale e merchandiser. Questo per preservare e difendere la salute dei dipendenti e per contribuire a fermare i contagi. Con particolare riferimento ai merchandiser, Nostromo Spa ha ritenuto non indispensabile continuare le rilevazioni in un momento in cui anche le dinamiche di mercato e di punto di vendita vengono stravolte. Questa attività sarà sospesa almeno fino al 3 aprile, con possibilità di proroga in base ai decreti che il Governo emanerà e a come evolverà la situazione”.

