

Conad e le alleanze internazionali

Le “supercentrali”, che hanno contribuito a risolvere problemi quali la discriminazione delle condizioni di vendita, mostrano oggi la corda. La sola massa critica è insufficiente a rispondere alla complessità di mercati maturi, alla sfida dei canali alternativi e all’evoluzione dei rapporti tra industria e distribuzione.

La strategia di alleanze portata avanti da Conad punta a realizzare forti sinergie con i partner sul fronte commerciale e di marketing, logistico e dello sviluppo.

E’ lo scenario nel quale si stanno concretizzando i progetti e le iniziative che fanno parte dell’accordo con **E.Leclerc**, leader della moderna distribuzione in Francia.

L’obiettivo prioritario di questa partnership, nata nel 2001, è la creazione di un raggruppamento capace di operare nello scenario della grande distribuzione europea con una logica soprannazionale, consolidando allo stesso tempo la comune identità cooperativa e la funzione sociale delle due organizzazioni. La collaborazione ha portato alla costituzione della società Conalec srl, che ha il compito di gestire gli ipermercati già esistenti e di supportare le cooperative e gli imprenditori associati nella realizzazione di nuovi ipermercati ad insegna E. Leclerc-Conad.

Si tratta di un tassello nella concretizzazione di un progetto di respiro europeo che ha portato alla costituzione, a Bruxelles, di **Coopernic**.

Un’alleanza nel segno dello sviluppo, dunque. Che significa anche riuscire a spuntare prezzi migliori, e dunque più bassi, ai fornitori. Garantendo ai clienti un effettivo risparmio sulla spesa. Ma anche lo scambio di prodotti delle due insegne nei rispettivi ipermercati e di informazioni sulle attività promozionali. O l’apertura, all’interno dell’area dell’ipermercato di Galliciano (Lucca), del primo distributore di carburanti con insegna E.Leclerc Conad e prezzi competitivi.

E’ il caso della linea **Sapori&Dintorni Conad**, un’ampia selezione di prodotti Dop e Igp ad un prezzo... “goloso” che, in pochi anni di vita, si è arricchita di oltre 100 specialità alimentari. Una linea nata per tutelare e valorizzare un patrimonio culturale fatto di piccole produzioni di grande qualità

della tradizione regionale minacciate dall'omologazione industriale. Una linea che interpreta al meglio il crescente desiderio di genuinità e riscoperta dei buoni prodotti della tavola e che rappresenta un consumo sempre più consistente. Non solo in Italia: poco più di 50 prodotti a marchio Conad sono referenze fisse negli ipermercati E.Leclerc in Francia. Inoltre, due volte all'anno, in tutta la rete degli ipermercati del partner francese, Conad si fa ambasciatore del tipico italiano – principalmente con la linea di prodotti *Sapori&Dintorni Conad* – con le operazioni promozionali *Vive l'Italie*. Testimoniando, in termini concreti, come sul terreno della qualità dell'offerta, sappia proporsi con successo anche oltre le mura di casa.

A novembre 2004, Conad ha siglato un ulteriore importante accordo di collaborazione con **Rewe**, il gruppo cooperativo tedesco che è presente in Italia con le insegne Billa e Standa, con la prospettiva di futuri sviluppi anche a livello europeo.