vinetur

Mejorar las ventas: El compromiso entre bodegueros y la distribución

FEV y Asedas iniciaron en 2009 un proyecto común para mejorar las ventas de vino en alimentación mejorando la relación bodega-distribución

jueves 15 de diciembre de 2011

ESCRITO POR AGENCIAS

Para mejorar las ventas de vino en alimentación se precisa de "un acercamiento entre bodegueros y cadenas de distribución", ya que ambas partes comparten una "insatisfacción común" sobre la

forma en que se vende el vino en este canal



Las grandes cadenas de alimentación trabajan principalmente con grandes productores, aunque esta tendencia empieza a cambiar

Partiendo de ese mutuo descontento, la Federación Española del Vino (FEV) y Asedas (Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados) iniciaron en 2009 un proyecto común, que se ha traducido, entre otros compromisos, en la elaboración de un código de buenas prácticas comerciales en el sector del vino y en un plan de colaboración para impulsar campañas conjuntas de promoción y concienciación.

Asimismo, están de acuerdo en la necesidad de aumentar las tareas de promoción, mediante la búsqueda de nuevos consumidores (principalmente mujeres y jóvenes) y la unión del vino al concepto de alimento saludable y el consumo responsable; la importancia de aumentar la información hacia el consumidor (principalmente en lo que se refiere a la comunicación de innovaciones); el desarrollo de nuevos formatos de venta (el canal retail reclama exposiciones paletizadas y apoyo a formatos de ahorro en cajas); y el alcance de precios más competitivos, mejorando la eficiencia de la cadena de valor.

Por otra parte, las grandes cadenas de alimentación son coto, principalmente, de grandes productores, que pueden permitirse elevados volúmenes, participación en promociones, negociaciones directas, etc, una tendencia que podría cambiar en los próximos meses.