

*Egregio Presidente,*

*anzitutto complimenti per il processo attuato ai fini di meglio definire le linee di sviluppo futuro dell'attività della Vostra cooperativa. E' assolutamente encomiabile anche la decisione di coinvolgere gli stakeholder, richiedendo loro dei contributi di pensiero.*

*Da parte nostra abbiamo inteso non far cadere nel vuoto tale opportunità. Le allego un breve scritto con alcune nostre riflessioni, derivanti dalle esperienze di mercato, così come di relazione con Mandacaru.*

*Se ritenesse utile qualche ulteriore approfondimento, il nostro direttore commerciale Franco Tabarelli, che ci legge in copia, sarà lieto di incentrarLa.*

*Cordiali saluti,*

*Marcello Poli*

*Mandacaru, spunti di riflessione per la discussione sulla politica 2009 - 2011*

[mail 25.3.2009]

“Provo ad esprimere alcuni ragionamenti sul mercato del commercio equo solidale dal punto di vista commerciale, non con l'obiettivo di modificarne principi e valori base che rimangono il fondamento base della cooperativa ma, al contrario, al fine di completare il processo che potrebbe aumentare la quota dei clienti trattanti, aumentando di fatto anche il consumo dei prodotti offerti.

Le esigenze dei consumatori cambiano nel tempo, cambia tende ad aumentare anche la sensibilità della gente vs argomenti di natura etico sociale.

La ns Azienda già da diversi anni ha accolto favorevolmente l'opportunità che il mercato del commercio equo solidale offre; nei negozi sono stati dedicati spazi privilegiati nell'ottica di garantire un'adeguata visibilità lungo il percorso all'interno delle aree di vendita. I risultati sono soddisfacenti e stabili nel tempo.

Per stimolare la crescita della domanda sarebbe auspicabile una maggiore attenzione ad alcune meccaniche promozionali di tipo qualitativo che riescano a tenere vivo l'interesse, stimolando l'attenzione vs l'intera proposta comm.le.

...la partecipazione ad eventi legati al catalogo punti annuale inteso come possibilità data ai clienti di redimere punti accumulati acquistando prodotti equo solidali, permetterebbe di lasciare invariati i prezzi di vendita, favorendo al contempo l'acquisto degli articoli proposti a rotazione pianificata nel tempo.

...un aspetto da tenere in considerazione e' la stagionalità: tipologia di assortimento e regole espositive devono seguire le diverse stagioni e le conseguenti variazioni della domanda e dei consumi. Da questo ne dovrebbero derivare gli schemi di merchandising che prevedano almeno 2 interventi all'anno attraverso il confronto diretto fra le due parti comm.li.

...Natale e Pasqua sono i due momenti topici per sviluppare attività di tipo in/out sia verso tipologie di packaging diverse dall'usuale, sia attraverso il supporto di hostess dedicate che devono essere ottime conoscitrici della mission di Mandacaru e delle caratteristiche-peculiarità dei prodotti offerti.

...altre opportunità come ad esempio la “bancarella”, un'esposizione simile a quelle dei mercati rionali con una proposta di assortimento ampio ad un giusto prezzo. Visibilità su assortimento e possibilità di trasmettere dei contenuti che difficilmente si riescono a veicolare attraverso l'esposizione a scaffale...

...nei rapporti con la Distribuzione si dovrebbe considerare l'aspetto marginalità che non può essere uguale su tutte le categorie merceologiche e che dipende dal ruolo attribuito a ciascuna di esse, dalla spinta promozionale, dalle regole del mercato e della concorrenza.

Senza dover necessariamente entrare integralmente nelle logiche commerciali che caratterizzano i mercati e' opportuno pensare all'ipotesi di ragionare su di una remunerazione differente per i

prodotti che fanno parte di categorie di routine-traffico, al fine di competere in maniera piu' efficace nell'offerta vs il consumatore.

Questi sono solo alcuni degli spunti che saremmo disposti a sviluppare con i funzionari di Mandacaru, nel momento in cui la stessa lo ritenga opportuno".