

Lekkerland, accordo commerciale con Sma



Da gennaio 2012, Lekkerland Italia, azienda grossista specializzata nella distribuzione di prodotti dolciari e di articoli d'impulso, ha conferito a Sma (Auchan) il mandato all'acquisto nell'ambito dei prodotti food e non food. La validità dell'accordo è di tre anni, nel corso dei quali Sma rappresenterà Lekkerland nell'ambito dei rinnovi dei contratti commerciali con le aziende produttrici fornitrici.

Per Lekkerland, l'intesa nasce dalle continue richieste da parte dei propri

clienti di prodotti appartenenti a un paniere più ampio rispetto al dolciario e dalla necessità di accedere a mercati non alimentari e di ampliare l'offerta nelle categorie dei prodotti salati e delle bevande.

Quei clienti che fino a ieri hanno proceduto con una segmentazione degli acquisti tra distributori bevande, del dolciario e del non food, vedono sempre più l'opportunità di concentrare gli acquisti su un'unica figura come una possibile via di fuga dalle crisi di liquidità.

"Lekkerland – commentano in azienda – vuole cogliere questa esigenza di concentrazione degli acquisti, mettendo a disposizione dei propri clienti un paniere di merceologie che, praticamente, equivale a quello proposto dal gruppo Sma. L'accordo si può prestare a una doppia lettura: da un lato va letto come un avvicinamento del normal trade e delle realtà specializzate al mondo della grande distribuzione e alle logiche dei modelli di business della gdo e dell'industria di marca. Dall'altro, conferma la volontà delle aziende della distribuzione moderna di consolidarsi nel mercato della prossimità, l'unico settore che nella fase attuale fa segnare andamenti positivi".

Lekkerland Italia – filiale italiana di Lekkerland International, uno dei più importanti gruppi europei specializzati nel settore convenience, particolarmente attivo in Germania e in altri Paesi del Nord Europa – è presente sul territorio nazionale da oltre 30 anni e poggia su 32 centri distributivi diretti o affiliati e 350 venditori operanti per 50mila clienti finali su tutto il territorio.

Conta attualmente un assortimento superiore alle 5migliaia di referenze.

L'azienda ha chiuso il 2011 con un fatturato di 210 milioni di euro (+2,8% sul 2010).