Mercadona já testa produtos de marca própria em Matosinhos

hipersuper.pt/2018/06/20/mercadona-ja-testa-produtos-marca-propria-matosinhos/

Filipe Pacheco June 20, 2018

A Mercadona vai entrar em 2019 no mercado português. A cadeia de distribuição espanhola, tal como o Pingo Doce, não faz a distinção entre marca própria padrão e premium. A estratégia da Mercadona assenta no modelo de coinovação, lançado em 2011. O modelo vai ser transposto para Portugal, estando neste momento a funcionar um Centro de Coinovação em Matosinhos.

Juan Roig, Presidente da Mercadona

"São realizadas sessões com os 'chefes' [designação que a Mercadona dá aos clientes], fruto do esforço de uma equipa de 40 especialistas que trabalha diariamente para oferecer ao consumidor português os produtos que melhor se adaptam às suas necessidades", refere André Silva, diretor de comunicação da Mercadona no mercado português. Em Portugal, foram realizadas 1700 sessões em 2017.

O modelo assenta na partilha com os clientes experiências e hábitos de consumo. "Fruto deste trabalho de inovação conjunta, em 2017, foram realizadas 105 melhorias na gama e 240 novos produtos", diz o responsável. Para a alimentação, a Mercadona funciona com a marca Hacendado. Bosque Verde abrange os produtos de limpeza. A Deliplus designa a categoria de produtos de higiene pessoal, enquanto a Compy destina-se à alimentação e cuidados de animais de estimação.

"A empresa coloca os seus esforços na melhoria da qualidade das marcas e na procura de fornecedores especialistas, fomentando a aquisição de produtos locais e de proximidade", sublinha Em 2017, diz o diretor de comunicação, houve um crescimento da aquisição de produtos a fornecedores portugueses destinados ao mercado espanhol. "A Mercadona comprou a fornecedores portugueses um total de 63 milhões de euros", especifica.

Copyright © 2016 Hipersuper