

La Gdo aderisce compatta al trimestre antinflazione

LINK: <https://www.italiafruit.net/la-gdo-aderisce-compatta-al-trimestre-antinflazione>

La Gdo aderisce compatta al trimestre antinflazione. Tra le insegne aderenti: **Todis**, NaturaSì, Sole365, Pam e Penny Italia. Sono numerose le insegne italiane che hanno aderito al Trimestre Antinflazione (clicca qui per approfondire). A seguire riportiamo i commenti di **Todis**, NaturaSì, Sole365, Pam e Penny Italia. **Todis** aderisce al Trimestre anti-inflazione sul carrello della spesa promosso dal Governo e Associazioni di Categoria **Todis**, insegna di supermercati italiani di proprietà di Iges Srl, società controllata dalla cooperativa Pac2000A Conad, scende in campo per contrastare l'inflazione, aderendo al Protocollo di intesa sottoscritto dal Ministro delle imprese e del Made in Italy (MiMit) e dai rappresentanti delle Associazioni della distribuzione moderna e del commercio tradizionale. Per dare un contributo al contenimento del fenomeno, il Governo ha, infatti, lanciato nei mesi scorsi, un appello alle imprese alimentari affinché possano adottare politiche di riduzione e di blocco dei prezzi su beni di prima necessità e non solo. 'Ci auspichiamo che questo

accordo possa essere solo l'inizio di una proficua collaborazione tra la filiera alimentare, settore della Gdo ed Istituzioni; siamo infatti convinti che tutto il sistema debba mobilitarsi nello sforzo di calmierare i prezzi, a sostegno del potere d'acquisto delle famiglie italiane duramente colpito dai forti rincari di beni fondamentali - ha dichiarato Massimo Lucentini, Direttore Generale **Todis** - Da parte nostra, abbiamo l'impegno nel lavorare sempre più intensamente per rendere **Todis** un luogo accogliente e conveniente dove fare la spesa e di consolidare sempre di più l'affezione alle nostre marche, nella speranza che sempre più consumatori possano trovare nella nostra Marca Privata il giusto connubio tra qualità e prezzo'. NaturaSì aderisce al Trimestre Anti-Inflazione - come associato Fies a Confesercenti - al Trimestre Anti-Inflazione con la linea Sì Essenziali, un paniere di prodotti che non possono mancare nel carrello della spesa e che per questo mantengono un prezzo fisso e accessibile. Una spesa con prezzi vantaggiosi che allo stesso tempo non

compromette le caratteristiche distintive dei prodotti biologici di qualità. Il paniere dei Sì Essenziali si inserisce quindi nell'iniziativa promossa dal Ministero dell'Industria e del Made in Italy, che ha l'obiettivo di accelerare il processo di rientro dell'inflazione, già in corso negli ultimi mesi. 'Un'azienda non può limitarsi a considerare solo il proprio funzionamento interno, ma ha il dovere di estendere la sua responsabilità sociale oltre i confini delle proprie mura aziendali, nel caso di NaturaSì guardando sia verso il mondo del consumo sia verso il mondo della produzione agricola - spiega Fabio Brescacin, presidente di NaturaSì - Questo significa riconoscere il ruolo cruciale che un'azienda gioca nella comunità in cui opera, contribuendo al benessere della società, e, per NaturaSì, offrendo accesso a un cibo di qualità che rappresenta una scelta salutare sia per le persone che per l'ambiente'. I supermercati Sole365 rafforzano l'impegno nel mantenere prezzi bassi in un contesto di inflazione. Sole365 aderisce al Protocollo d'intesa 'Trimestre anti-inflazione' in

collaborazione con il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, rafforzando così ulteriormente la sua mission, anche in un contesto di inflazione crescente. Il brand, adottando dal principio il modello EDLP (Every Day Low Prices), testimonia che l'impegno nel calmierare i prezzi, va ben oltre il trimestre proposto dal Governo da ottobre a dicembre 2023 in quanto già intrinseco nella formula commerciale. Nel prossimo trimestre, rispondendo con tempismo al sollecito del Governo in merito alla manovra anti-inflazione, Sole365 rafforzerà ulteriormente questo impegno innato nell' Every Day Low Price e metterà in atto misure aggiuntive di monitoraggio e ribasso dei prezzi su tutti i prodotti con la visione di perseverare nel futuro questa linea, non fermandosi quindi a questo trimestre. "La nostra priorità assoluta, da sempre, è sostenere le famiglie, soddisfare tutte le esigenze e garantire loro un'eccellente esperienza di spesa. Il patto anti-inflazione, quindi, si colloca in continuità con scelte che già avevamo intrapreso in un periodo in cui i costi stavano aumentando, ma sicuramente ci trova pronti a rafforzare il nostro consueto impegno nel

mantenere i prezzi bassi, monitorandoli con costanza e calmierandoli nel lungo periodo, così da permettere ai nostri clienti di risparmiare il più possibile non dovendo mai rinunciare alle proprie abitudini.", dichiara Antonio Apuzzo, Amministratore Delegato di AP Commerciale. Pam Panorama aderisce al trimestre anti inflazione Pam Panorama aderisce al 'trimestre anti-inflazione' - iniziativa promossa dal Ministero delle Imprese e del made in Italy - per sostenere il potere d'acquisto delle famiglie contro gli effetti dell'inflazione. Dal primo ottobre e fino a fine 2023, la storica azienda della grande distribuzione offre in tutti i suoi stores d'Italia un prezzo ribassato su un paniere di oltre 1.000 prodotti della spesa quotidiana con referenze alimentari e non, considerate di prima necessità. L'acquisto di questo paniere di articoli permetterà alla clientela un risparmio medio fino al 50% se confrontati con prodotti di grandi marche. Per agevolare i clienti nell'individuazione di tali prodotti sono state attivate iniziative di comunicazione sia sui canali social dell'azienda sia all'interno dei punti vendita dove i prodotti che fanno parte di questa iniziativa sono

contrassegnati da cartellini con la dicitura 'spendi meno'. Penny Italia aderisce al trimestre antinflazione Come riporta Adnkronos.com, Penny Italia conferma l'adesione al 'trimestre anti-inflazione', iniziativa promossa dal Ministero delle Imprese e del made in Italy, proprio per sostenere il potere d'acquisto delle famiglie italiane contro gli effetti dell'inflazione. Dal primo ottobre e fino a fine 2023, infatti, Penny offre in tutti i suoi punti vendita d'Italia alcuni 'carrelli spesa' costruiti con un paniere di prodotti (alimentari e non) considerati di prima necessità. Per i prodotti selezionati Penny garantisce prezzi senza aumenti e, ove possibile, ulteriori ribassi attraverso sconti e promozioni. L'impegno di responsabilità sociale di Penny Italia verso i propri clienti è un valore fondamentale dell'azienda. Il tema sociale è sempre stato molto presente per Penny e, anche nei tempi più difficili come, per esempio, nella passata pandemia quando, con il progetto 'Abbracciamo l'impresa italiana', ha avuto il coraggio e il senso di responsabilità per scendere in campo con attività di sostegno ai propri clienti e anche ai produttori italiani. 'È sempre un tema di scelta, di come vivere il

business - dice ad Adnkronos Marcello Caldarella, Corporate Communications Manager di Penny - Da sempre attiviamo azioni concrete per garantire ai nostri clienti qualità a prezzi convenienti; lo facciamo per Dna, per mission, soprattutto in questi anni di difficili dinamiche sociali; sul tema inflazione, con senso di responsabilità, abbiamo già assorbito parte dei rincari per non trasferirli sui clienti e oggi, in coerenza, aderiamo quindi a questa iniziativa del governo a favore delle famiglie Italiane'. Fonte: Uffici stampa **Todis**, NaturaSì, Sole365, Pam e Adnkronos.com