

CHI È**Antonio Mantero**
direttore Basko*I supermercati*

Antonio Mantero è direttore generale Basko, superstore e supermercati nati nel 1987, che rappresentano il core business del Gruppo Sogegross, sia in termini di fatturato sia per la capacità, dicono all'azienda, di esprimere la mission aziendale, basata su processi innovativi e massima attenzione alle esigenze del cliente. L'insegna ha introdotto negli anni importanti novità nell'ambito della distribuzione, proponendo soluzioni originali e innovative per andare incontro in maniera sempre più puntuale alle esigenze di ogni cliente

Comunicazione

Ameri

GRUPPO SOGEGROSS ♦ Da ieri "Risparmiare è un gioco da ragazzi" dedicata agli over 65

Iniziative Basko per gli anziani

I supermercati Basko contro il caro vita, con una nuova iniziativa sviluppata su tutta la rete di vendita. Al via da ieri "Risparmiare è un gioco da ragazzi", l'operazione che il Gruppo Sogegross dedica, in tutti i supermercati Basko, agli over 65. L'iniziativa avrà una durata annuale e terminerà, quindi, alla fine di ottobre del 2012.

«Basko sostiene da sempre iniziative a favore dei cittadini. A queste si sono affiancate di recente alcune azioni concrete, volte a fronteggiare il periodo di dura crisi economica che ha colpito le fasce più a rischio, come gli anziani - spiega Antonio Mantero, direttore generale Basko -. A Genova, ad esempio, collaboriamo con il Comune al progetto "Carrello Genova", operazione che prevede che i prezzi di alcuni prodotti della spesa rimangano bloccati per i prossimi tre mesi».

Su tutta la rete dei punti vendita Basko (in totale sono 56), dislocati tra Liguria (43), Piemonte (9), Emilia Romagna (3), Lombardia (1), sarà possibile approfittare dell'iniziativa "Risparmiare è un gioco da ragazzi", dedicata ai clienti titolari della Prima Card 65, carta fedeltà con servizi e vantaggi dedicati ai senior.

«Abbiamo voluto fare un gesto concreto per affiancare i cittadini nella lotta al caro vita, che affligge soprattutto le persone anziane» spiega Mantero.

L'idea è quella di accumulare sconti acquistando determinati prodotti che cambieranno di mese in mese e che saranno evidenziati dall'icona su cui c'è

l'immagine del borsellino.

I clienti over 65 potranno sfruttare gli sconti accumulati a partire dal 25 di ogni mese, ovvero nella quarta settimana, che fa registrare la maggior sofferenza nelle spese da parte delle famiglie, facendo scalare dal conto della spesa lo sconto accumulato con l'acquisto dei prodotti borsellino.

«Si tratta di un'operazione con validità annuale, che continuerà anche in futuro in tutti i nostri punti vendita - spiega Mantero -. Vogliamo dare un segnale forte in un momento di crisi quale quella attuale non solo a tutti i nostri clienti che ci seguono ormai da anni, ma in particolare agli anziani che soffrono maggiormente della situazione, anche se questo comporta uno sforzo economico notevole per la nostra azienda».

I clienti over 65 potranno raccogliere sconti sulla card ogni mese: l'accumulo degli sconti inizierà il primo giorno del mese e terminerà l'ultimo giorno del mese stesso. A Genova, con gli sconti maturati è possibile anche acquistare biglietti del trasporto pubblico locale Amt.

Per tutte le informazioni relative ai "prodotti borsellino", che appartengono a tutte le categorie, e che saranno facilmente riconoscibili sulla scaffale grazie all'immagine del borsellino, è possibile consultare i volantini promozionali con cadenza quindicinale e le apposite locandine che si trovano nei punti vendita.

La proposta durerà 12 mesi

Coi punti biglietti dell'Amt

ISMEA**IL LATTE**

Nel 2010 i prezzi all'origine di latte e derivati sono cresciuti (+13,5% rispetto al 2009) ad un ritmo superiore rispetto al totale agricoltura (4,5%) e zootecnia (5,2%). I dati sono stati resi noti dall'Ismea.

**IL LATTICINI**

L'incremento ha riguardato soprattutto i prezzi dei formaggi duri (+17%) e delle materie grasse (+31%). E nei primi nove mesi del 2011 la crescita dei prezzi si è fatta ancora più sostenuta (+19,7%)

RASSEGNA STAMPA

Cliente: Gruppo Sogegross

Data: 3 novembre 2011

Testata: Corriere Mercantile