



DIA reúne a más de 1.000 proveedores para dar a conocer su política comercial



La compañía apuesta por una oferta basada en el equilibrio entre la marca de fabricante y la propia.

El nuevo surtido ha permitido optimizar los procesos y crear una oferta que responde a las necesidades de los clientes.

Madrid, 7 de julio de 2020. Durante la mañana de hoy, más de 1.000 proveedores tanto de marca de fabricante como de marca propia han asistido a un encuentro telemático con el equipo directivo de Grupo DIA. Bajo el lema “Cambiar contigo”, se han presentado las principales líneas estratégicas sobre las que la compañía está trabajando para el presente y el futuro de DIA. Este punto de encuentro responde al deseo de la compañía de construir relaciones duraderas y estables que supongan un beneficio para todos.



Durante el encuentro, Stephan DuCharme, presidente ejecutivo de Grupo DIA, Enrique Weicker, director financiero Grupo DIA, Ricardo Álvarez, CEO de DIA España y Marek Bona, director comercial de DIA España, compartieron con los proveedores el momento actual que está viviendo la compañía y sus planes que se están llevando durante la segunda fase de transformación de la compañía.

“Los proveedores sois el elemento clave para lograr el cambio, ayudándonos a ofrecer a nuestros clientes un surtido moderno y actual, que esté en constante adaptación para responder a las necesidades de los consumidores. Somos y seremos los grandes defensores de vuestras marcas en nuestros lineales. Estoy convencido del valor que le aportan a nuestros clientes”, ha declarado Ricardo Álvarez, CEO de DIA España.

DIA está trabajando en un proyecto a largo plazo, con el que pretende ser el mayor distribuidor de proximidad. Ofrecer, una propuesta de valor que aúna la tienda física y la tienda online, con establecimientos atractivos y una eficiencia en los procesos de operaciones que asegure el buen funcionamiento de toda la cadena.

Marek Bona, director comercial de DIA España, ha revelado las principales líneas de actuación, como el renovado impulso de Club DIA que en la actualidad es el mayor programa de fidelización de clientes del sector de la distribución de alimentación en nuestro país. Además, Bona ha destacado el esfuerzo del equipo comercial para tener la mejor marca propia del mercado con un packaging más atractivo y moderno.

“La nueva oferta comercial de DIA se basa en la innovación del producto, en un surtido optimizado, en productos locales, marcas de fabricante y propia y en una política promocional más competitiva. Trabajaremos juntos para lograr promociones exclusivas con el mayor sentido para todos, proveedores, clientes y DIA” comenta Marek Bona, director comercial de DIA España.

[Descarga aquí las imágenes del evento](#)

#PensemosEnTodos

Grupo DIA

DIA (Distribuidora Internacional de Alimentación) es una red líder en supermercados de proximidad, con 6.626 tiendas propias y franquicias en España, Portugal, Brasil y Argentina. DIA se abastece principalmente de proveedores locales y atiende las necesidades diarias de alimentación de más de 20 millones de clientes leales, gracias al compromiso de sus más de 39.000 empleados en todo el mundo.

PRENSA

Lara Vadillo / Rebeca Matilla / Leyla Gallego

Phone: +34 619.22.65.87 / 609.41.57.21 / 616.02.51.89

Email: comunicacion@diagroup.com