



IDEAS PARA GOURMETS

Le opportunità per i prodotti italiani di marca nel mercato Spagnolo

Parma, 4 de junio de 2009





Introducción

Creamos CBG en el año 1986 en la población gerundense de Ripoll y desde sus inicios orientamos la empresa hacia una filosofía de trabajo basada en los valores de *exclusividad, calidad y servicio*.

Desde sus inicios CBG ha experimentado un espectacular proceso de crecimiento ¿nuestro secreto? trabajar para ofrecer el mejor servicio de asesoramiento entorno a la cultura gastronómica italiana, con el fin de aportar soluciones de valor añadido a nuestros clientes: tiendas *delicatessen* y restauradores.

Por ello apostamos por una estudiada selección de primeras marcas italianas de reconocido prestigio internacional y por su inclusión en el catálogo de forma exclusiva.

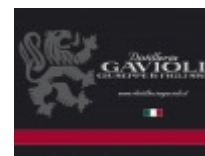
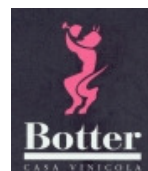
Nuestras marcas representadas



Nuestras marcas representadas



Piero
Costantini



Posicionamiento

Cobertura territorial



Cobertura

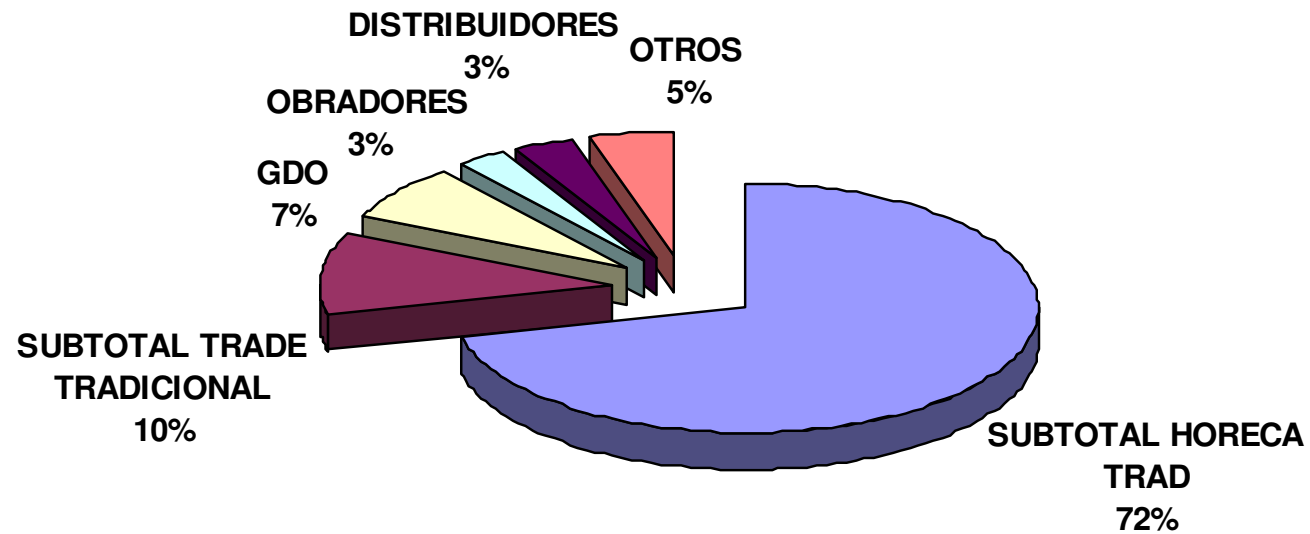
Por sectores y cifra de negocio



| <i>DISTRIBUCIÓN</i> | <i>PUNTOS</i> | <i>CIFRA</i> | <i>%</i> | <i>%</i> |
|----------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|
| <i>NEGOCIO</i> | <i>VENTA</i> | <i>NEGOCIO</i> | | |
| Rte. Italiano | 1.034 | 6.088.519€ | 38% | |
| Rte. Tradicional | 1.249 | 4.139.395€ | 26% | |
| Cafeterías, Bares | 647 | 1.787.656€ | 11% | |
| Hoteles | 77 | 284.208€ | 2% | |
| Distribuidores | 77 | 2.885.585€ | 18% | |
| Food Service | 10 | 725.376€ | 5% | |
| SUBTOTAL HORECA | 3.007 | 15.910.739€ | 100% | 71% |
| Charcutería esp. | 515 | 1.583.841€ | 68% | |
| Tienda Tradicional | 303 | 748.243€ | 32% | |
| SUBTOTAL TRADE TRAD | 818 | 2.332.084€ | 100% | 10% |
| GDO | 108 | 1.610.946€ | 40% | 7% |
| OBRADORES | 65 | 616.60€ | 15% | 3% |
| DISTRIBUIDORES | 77 | 721.396€ | 18% | 3% |
| OTROS | 386 | 1.061.636€ | 26% | 5% |
| TOTAL | 4.384 | 22.253.406€ | 100% | 100% |

Cobertura

Por sectores y cifra de negocios



Amenazas y oportunidades

- Crisis económica
- Crisis financiera
- Crisis de valores

Amenazas y oportunidades



CRISIS ECONOMICA

La economía española históricamente se ha sustentado:

- Construcción ↓
- Turismo ↓
- Consumo ↓

Consecuencias:

- Aumento del paro (20%)
- Descenso del consumo (20%)
- Problemas empresariales:
 - Clientes
 - Competencia
 - Proveedores

Amenazas y oportunidades

CRISIS FINANCIERA



- Falta de liquidez en el sistema
- Escasez de crédito bancario
- Las aseguradoras de crédito desclasifican en masa
- Aumento exponencial de la morosidad (impagados, concursos,...)
- Aplazamiento de las condiciones de pago

Oportunidades y amenazas



CRISIS DE VALORES

- La sociedad en general ha propiciado el dinero fácil, el “pelotazo”
- Han caído en desuso valores como: el esfuerzo, el compromiso, la honestidad, la fidelidad, etc

OBJETIVOS

- Dentro de este entorno difícil en que estamos inmersos, hemos de adaptar o cambiar **NUESTRO MODELO DE NEGOCIO**
 - Profesionalizar la compañía (rigor en la gestión)
 - Creación riesgo interno CBG
 - Ser muy estrictos en el cobro
 - Trabajar el ABC de clientes
 - Fundamental hacer clientes nuevos solventes
 - Fundamental potenciar canales como: Distribuidores, Hoteles, Bares y Cafeterías, GDO
 - Desarrollo de herramientas de apoyo a la venta

■ Desarrollo de herramientas de apoyo a la venta

□ Catálogos



□ Página web, www.cbg.es

Creación carta de vinos on line

□ News Digital



Conclusiones

- El mercado español acepta y valora el producto italiano de calidad
- Hay primeras marcas italianas ya reconocidas
- Otras no (plan estratégico e inversión)
- Entendemos que existe un margen importante para crecer