

Sorli apuesta por un nuevo modelo comercial

- El grupo Sorli, que cuenta con 114 supermercados en Cataluña, impulsa un cambio para aportar soluciones a los clientes distribuyendo los productos dentro de los establecimientos en función de las necesidades del consumidor final.
- Sorli continuará apostando por la excelencia en la oferta de productos frescos como uno de sus principales valores diferenciales.
- Con el objetivo de ofrecer precios competitivos manteniendo la calidad, Sorli incorporará productos de la marca IFA. En paralelo mantendrá la marca Sorli “de aquí” con unas 100 referencias.
- La previsión de facturación de Sorli para 2016 es de 242 millones de euros, de estos un 90% proviene de los supermercados, un 4% de las gasolineras y un 6% del resto de actividades del grupo.

Barcelona, Abril de 2016.- El grupo Sorli ha definido un nuevo modelo comercial para generar un cambio que aporte soluciones que faciliten el proceso de compra mediante una nueva distribución de los productos. De esta forma los supermercados se organizarán por categorías definidas en función de las necesidades del consumidor final como la de elaborados cárnicos, la de comida rápida o la de celebraciones, entre otras.

Uno de los principales objetivos del nuevo modelo de Sorli es mejorar la eficiencia de forma transversal y para ello dotará a las tiendas de nueva tecnología que optimice la gestión de los pedidos de productos frescos con datos que permitirán realizar una previsión de ventas futuras más ajustada. Este refuerzo tecnológico busca facilitar también la gestión y aprovisionamiento automatizado de los frescos, unos productos de difícil parametrización.

El nuevo modelo comercial de Sorli también pasa por continuar apostando por los valores diferenciales de la compañía como son la excelencia en los productos frescos y el hecho de ser el supermercado de proximidad que dispone de un mayor surtido de referencias, por encima de las 7.000. En este sentido se mantendrá la marca Sorli “de aquí” con unas 100 referencias y a la vez se potenciará la oferta de precios competitivos manteniendo la calidad incorporando productos de la marca IFA.

También en consonancia con el nuevo modelo comercial, Sorli ha creado una nueva identidad gráfica que refuerza los valores clave como son el producto fresco, la proximidad, la modernidad y la vocación de servicio.

Sorli prevé que el nuevo modelo a implementar tenga una repercusión positiva en la facturación del grupo, que en 2016 calcula que será de 242 millones de euros. Esta facturación provendrá en un 90% de los 114 supermercados, en un 4% de las 3 gasolineras y en un 6% del resto de actividades del grupo.

Sorli

Sorli es propiedad de Superficies de Alimentación, empresa familiar con capital 100% catalán fundada en el año 1923 en Barcelona. Actualmente cuenta con 114 supermercados, 3 gasolineras, 2 centros deportivos con spa, 9 restaurantes y cafeterías y un centro comercial exclusivo (Sorli Emocions) que incluye un hotel de 4 estrellas. Cerca de 1.800 personas trabajan en Sorli, de las cuales un 90% tienen contrato fijo.

Para más información: Gabinete de prensa Sorli

Víctor Bottini victor@bottini.es 679 98 33 46

Clara Bassols clara@bottini.es 620 03 74 50