Łowicz, 31.07.2018

**Informacja prasowa**

**Wielka dywersyfikacja, czyli OSM Łowicz stawia na własną markę**

**„Współpraca z dyskontami jest dla nas dobra, ale chcemy mocniej stawiać na własną markę” – Zarząd OSM w Łowiczu kontynuuje duże zmiany w strukturze sprzedaży własnych produktów. W planie rocznym jest zmiana proporcji z 40% do 60% na rzecz brandu „łowickie”.**

Aktualna sytuacja w proporcjach sprzedaży sprawia, że około 2/3 całkowitej produkcji OSM Łowicz realizowana jest na rzecz największych graczy na rynku dyskontów. Mimo niewątpliwych korzyści związanych z tymi transakcjami, w Spółdzielni realizowana jest polityka mająca na celu zmianę proporcji całkowitej produkcji dla dyskontów. Obecny zarząd ambitnie stawia na odbudowę wizerunku marki, a tym samym wzrost sprzedaży produktów w pasiastych opakowaniach. *Największe sieci handlowe to nasi ważni partnerzy, dla których sprzedajemy duże wolumeny w markach własnych.*  *Z tej kooperacji jesteśmy niezwykle zadowoleni, można powiedzieć że jest modelowa. Naszą ambicją - jako zarządu i liczącego ponad 110 lat tradycji środowiska - jest jednak rozwój własnej marki, ze słynną łowiczanką w logo* – komentuje Wojciech Jezierski, wiceprezes Zarządu ds. Handlu i Marketingu.

Realizowane już plany dywersyfikacji sprzedaży mają też zapobiec negatywnym skutkom hipotetycznego odejścia jednego z dyskontowych partnerów. *Poprzedni zarząd OSM Łowicz silnie postawił na współpracę z sieciami, nie zadbano jednak należycie o zabezpieczenie interesów strategicznych spółdzielni. Od początku naszej kadencji dbamy o to, by niekorzystne proporcje 60% do 40% na korzyść marek własnych dyskontów odwrócić* – zapowiada Jezierski.

Wspomniany plan realizowany ma być na przestrzeni najbliższego roku. Do końca 2018 Łowicz chce, aby 55% produkcji było sprzedawane w marce łowickie. Najintensywniejsze prace dotyczą dystrybucji w kanale tradycyjnym. *Zawsze byliśmy tam obecni, ale w tej chwili prężnie zwiększamy ilość indeksów dostępnych w tym kanale. Nasi handlowcy dysponują materiałami POS, dbają o półki, są aktywni w gazetkach promocyjnych* – mówi Joanna Kołodyńska, kierownik Działu Marketingu łowickiej spółdzielni mleczarskiej. Pomóc ma także prowadzona od czerwca kampania reklamowa mleka łowickie. OSM Łowicz postawił na szeroką promocję w spotach telewizyjnych,   
i w internecie.

Więcej informacji udziela:

**Joanna Kołodyńska**

Kierownik Działu Marketingu

Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska Łowicz

ul. Przemysłowa 3,

99-400 Łowicz

Tel. 46 830 36 84