



ENTRO IL 2016 TUTTI I SUPERMERCATI U2 ELIMINERANNO I DOLCIUMI DALLE AVANCASSE

Per una spesa sempre più consapevole

Vimodrone (Mi), 05 ottobre 2015. Un altro passo verso una spesa consapevole: U2 Supermercato, il supermercato controcorrente, ha deciso che entro il 2016 eliminerà i dolci dalle avancasse di tutti i punti vendita, sostituendoli con prodotti freschi sani e dedicati al benessere quotidiano.

Questa importante decisione è parte del percorso che U2 Supermercato sta compiendo da anni al fine di tutelare il diritto del consumatore di fare la spesa in modo consapevole, senza plasmarne le scelte, ma fornendo indicazioni trasparenti, affinché possa scegliere autonomamente il proprio paniere di acquisto.

Scelta questa in linea con la filosofia di U2 volta a rendere il consumatore sempre più consapevole: è stato infatti il primo supermercato a offrire alla clientela la possibilità di risparmiare senza rinunciare alla qualità (in U2 non esistono le promozioni).

Sebbene una ricerca Nielsen del 2014 sostenga che il 51% degli Italiani consumi uno yogurt nel momento della pausa-snack, anche se preferirebbe del cioccolato, quando si è al supermercato le scelte razionali possono essere influenzate da numerosi fattori. Tra questi certamente il punto in cui la merce è esposta: tanto più l'area è di passaggio, tanto più la merce, presente in quel punto, avrà la possibilità di essere acquistata. Gli espositori posti davanti alle casse ne sono l'esempio più evidente.

Con questa iniziativa il cliente potrà scegliere di acquistare uno snack sano in avancassa non perché dettato dall'impulso ma perché lo sceglie consapevolmente, così come può continuare ad acquistare dolci in corsia sempre perché guidato dalla consapevolezza e non dall'istinto.

L'obiettivo che dunque U2 Supermercato si propone è quello di **trasformare un acquisto di impulso, in un atto consapevole.**

U2, definito il supermercato controcorrente, è caratterizzato da un forte e costante impegno nella tutela dell'ambiente e dall'adozione del format Every Day Low Price (EDLP) il quale, coniugando il low price con l'high value, ha un

ottimo riscontro tra i clienti che apprezzano l'assenza di promozioni, offerte a termine, volantini e raccolte fedeltà e prediligono prezzi convenienti tutti i giorni, che garantiscono risparmi medi (con una percentuale di risparmio che si attesta fra il 15 ed il 50% su tutta la merce), e un assortimento ampio e vario, particolarmente nel reparto fresco.

Unes, nata a Milano nel 1967 da un gruppo di piccoli imprenditori, è stata acquisita dal Gruppo Finiper nel 2002, oggi è presente in Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna con oltre 180 punti vendita tra diretti e franchising. Sul mercato italiano opera con 3 principali insegne alle quali corrispondono formule commerciali differenti:

U! Come tu mi vuoi -Supermercati all'insegna del servizio e dei prodotti freschi, con offerte promozionali quindicinali.

U2 Supermercato – che, grazie alla formula commerciale "Every day low price", coniuga la qualità dei supermercati Unes con una linea prezzi conveniente (nessuna promozione, nessuna tessera fedeltà, niente volantini, attenzione all'ambiente).

Qui c'è (superette di vicinato). In tutte e tre le insegne sono presenti 3 linee di prodotti a marchio privato: U! Confronta e Risparmia, ECOU! e Il Viaggiator Goloso, top di gamma. Per quattro anni consecutivi (2011 – 2012 – 2013 - 2014) U2 è risultata l'insegna di supermercati più conveniente d'Italia.

La società, che conta su un organico di 2.500 dipendenti, ha chiuso l'esercizio 2014 con un fatturato di 869 milioni di euro lordi, con una crescita del 74% del fatturato dal 2005 ad oggi.

Attualmente, Mario Gasbarrino è l'Amministratore Delegato di Unes Supermercati.

Per informazioni: **Fcomm** via Pinamonte da Vimercate, 6 - 20121 Milano T +39 02 36586889, **Francesca Pelagotti** +39 366 7062302 e-mail francescapelagotti@fcomm.it, **Valentina Berti** +39 342 0686448 e-mail valentinaberti@fcomm.it, **Laura Marangon** +3409605508 e-mail lauramarangon@fcomm.it