



“È STUPIDO SPRECARE, È BELLO SCOPRIRLO”

**Questo il claim della nuova campagna 2015
firmata U2 Supermercato on air dal 4 maggio**

Vimodrone, 4 maggio 2015 – Parte oggi, lunedì 4 maggio, il **1° flight** della nuova campagna pubblicitaria di **U2 Supermercato** (Gruppo Finiper) **“È stupido sprecare, è bello scoprirlo”**.

Con questo claim Unes rafforza un principio fondamentale della propria politica commerciale: **la profonda vocazione anti-spreco che ha portato U2 Supermercato a coinvolgere i propri clienti, e i potenziali tali, stimolandoli ad una riflessione trasversale legata al tema dello spreco.**

La campagna prevede **6 flight di 15 giorni ciascuno e, come è stato annunciato, parte oggi, lunedì 4 maggio, e terminerà domenica 18 ottobre.**

Il soggetto della campagna è unico: **un grande smile, incorniciato dal rombo reso celebre dalla campagna advertising 2014 “E’ Stupido Sprecare”, desidera ricordare a tutti coloro che avranno l’occasione di vederlo, quanto non sprecare, se interpretato come un gesto quasi egoistico, possa essere addirittura bello ed appagante!**

Cambieranno invece i colori dello sfondo (si parte con il blu, passando per l’arancione, il fucsia, il verde, il rosso per giungere al verde acqua).

La campagna sarà pianificata su mezzi di comunicazione ad alta visibilità sia digitali che tradizionali: un nuovo sito web dedicato, stupidosprecare.it, carta stampata dei maggiori quotidiani nazionali ed affissione, nelle tre regioni in cui sussiste l’insegna: Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna.

Il 2014 è stato l’anno della raccolta degli stimoli, grazie alla campagna “E’ Stupido Sprecare”, alcuni dei quali sono stati raccolti in un video visibile sul canale youtube di U2 Supermercato.

Nel 2015 il progetto “E’ stupido sprecare” si trasforma: **diventa una campagna più matura, capace di rispondere agli stimoli ricevuti generando contenuti e capace di stimolare l’audience a scoprire che può essere appagante capire che sprecare è stupido.**

Oggi U2 Supermercato rinnova dunque il suo progetto iniziale e avvia la campagna “E’ stupido sprecare, è bello scoprirlo”.

Sarà una nuova visione, che ridarà fiato al progetto iniziale e racconterà con un tono di voce positivo quanto sia bello e stimolante “non sprecare”.

Per U2 il tema dello spreco continua a essere non impositivo, ma positivo. U2 aiuta il consumatore a capire che non sprecare può essere bello, facile e anche divertente.

Il sito www.stupidosprecare.it avrà una faccia tutta nuova. Parlerà direttamente alle persone, affrontando tutti i temi che loro stesse hanno segnalato nel manifesto collettivo. Rispetto al 2014, la

nuova release di www.stupidosprecare.it genererà contenuti "propri" per concentrare e potenziare la **peculiarità green** di U2, Il Supermercato Controcorrente.

Il portale parlerà di tutti gli argomenti che saranno coerenti con il tema dello spreco, mantenendo un costante rapporto interattivo con gli utenti. Fra gli altri argomenti, tratterà anche del "**progetto scuola**", iniziativa avvenuta in collaborazione con DeAgostini Libri e conclusasi il 12 aprile scorso, volta ad incentivare i ragazzi della scuola primaria delle classi 3°, 4° e 5° ad adottare atteggiamenti eco-attenti.



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 laura.marangon90@gmail.com