



PUBBLICATI I RISULTATI DELLA RICERCA ALTROCONSUMO 2016

ALTROCONSUMO SI E' DIMENTICATO DI INSERIRE U2 SUPERMERCATO

**NELLA CLASSIFICA DEI "SUPERMERCATI PIU' CONVENIENTI
PER LA SPESA CON TUTTI I PRODOTTI"**

Vimodrone (MI), 26 settembre 2016. Come ogni anno Altroconsumo ha pubblicato l'inchiesta prezzi realizzata per il 2016 (giunta alla 28esima edizione); l'indagine, come ogni anno, ha previsto la rilevazione prezzi di un numero considerevole di prodotti suddivisi in tre panieri: il primo "*Spesa con tutti i prodotti*" (composto da marche leader e prodotti più economici), il secondo dedicato alle *Marche Commerciali* (insegna dei Distributori) ed il terzo riferito ai *Prodotti più economici* (qualunque sia il loro marchio).

U2 Supermercato, dimenticato dalla classifica del paniere "Spesa con tutti i Prodotti", esprime le ragioni del suo disappunto.

Partiamo dai risultati della Ricerca

Sono cinque le insegne più convenienti d'Italia in base al tipo di spesa:

- Esselunga e Ipersimply per chi riempie il carrello con una spesa mista, composta da prodotti di marca ma anche articoli più economici;
- U2 e l'ipermercato Conad per chi premia i prodotti a marchio commerciale (quelli con il logo della catena di vendita);
- Eurospin per chi opta per solo per i prodotti più economici.

LA CLASSIFICA DELLE INSEGNE PER TIPO DI CARRELLO

A seconda di come riempi il carrello ci perdi o ci guadagni. Le tre tabelle indicano dove conviene andare in base alle proprie abitudini. Il punteggio è espresso con un indice: dato **100** alla catena più conveniente per quel tipo di carrello, gli altri indici sono assegnati su base percentuale. Indice 110 significa che è più cara del 10% rispetto alla più economica.

U2 Supermercato?

SPESA CON TUTTI I PRODOTTI	
ESSELUNGA	100
IPERSIMPLY	100
IPERCOOP	101
CONAD IPERMERCATO	101
BENNET	101
AUCHAN	102
FAMILA SUPERSTORE	102
CONAD SUPERSTORE	103
IPER	104
COOP	104
FAMILA	104
SIMPLY	104
PANORAMA	104
SIGMA SUPERSTORE	105
CONAD	105
CARREFOUR	107
EUROSPAR	108
PAM	109
SUPER A&O	110
CARREFOUR MARKET	115

SPESA CON PRODOTTI A MARCHIO COMMERCIALE	
U2 SUPERMERCATO	100
CONAD IPERMERCATO	100
CONAD SUPERSTORE	102
IPERSIMPLY	102
IPERCOOP	102
COOP	103
SIMPLY	104
CONAD	105
IPER	109
ESSELUNGA	110
BENNET	110
FAMILA	114
PANORAMA	119
PAM	121
SIGMA	122
SUPER A&O	122
CARREFOUR	124
INTERSPAR	125
EUROSPAR	128
IL GIGANTE	130
AUCHAN	136
CARREFOUR MARKET	144

SPESA CON I PRODOTTI PIÙ ECONOMICI	
EUROSPIN	100
LIDL	102
PENNY MARKET	102
IN'S MERCATO	102
LD MARKET	105
PRX QUALITY	105
MD DISCOUNT	108
AUCHAN	109
D-PIÙ DISCOUNT	110
TODIS	114
ESSELUNGA	114
IPER	119
U2 SUPERMERCATO	120
IPERCOOP	121
FAMILA SUPERSTORE	122
IPERSIMPLY	123
CARREFOUR	125
PANORAMA	126
COOP	128
BENNET	130
INTERSPAR	130
SIMPLY	133
PAM	138
CONAD IPERMERCATO	139
SIGMA SUPERSTORE	141
FAMILA	143
EUROSPAR	144
SUPER A&O	144
CONAD SUPERSTORE	146
CARREFOUR MARKET	148
CONAD	150

Dopo 10 anni consecutivi in cui veniva sempre preso in esame un paniere composto solo da marche leader, quest'anno Altroconsumo ha invece deciso, relativamente al primo paniere, di :

- 1) modificarlo, aggiungendo ai prodotti di marca anche i prodotti più economici, diventando così , da paniere "Marche" a "Spesa con tutti i prodotti"
- 2) introdurre due nuovi criteri solo per la classifica "Spesa con tutti i prodotti":
 1. numero di punti vendita
 2. copertura territoriale su territorio nazionale

I criteri suddetti hanno portato all'esclusione di U2 Supermercato dal primo e più importante dei tre panieri.

3) non far cenno alcuno nel comunicato stampa dei nuovi criteri adottati con conseguente informazione ingannevole nei confronti del cliente;

A FRONTE DI QUANTO SOPRA ECCO LE DOMANDE CHE U2 SUPERMERCATO RIVOLGE AD ALTROCONSUMO:

1. perché avete modificato, dei tre panieri storici (Marche industriali , Marca commerciale, Prodotto più economico) quello universalmente riconosciuto come il più rappresentativo e statisticamente accettabile (marca industriale) per sostituirlo con uno misto (marca industriale e prodotti più economici)?
2. perché dei nuovi e non esplicitati criteri discriminatori (numero di punti vendita e copertura nazionale) che, di fatto, hanno escluso U2 Supermercato dalla classifica, non ne avete fatto cenno alcuno nei comunicati stampa e nell'articolo sul vostro sito (generando di fatto una comunicazione ingannevole)?

3. *perché questi nuovi criteri di numero di punti vendita e copertura nazionale non hanno determinato l'esclusione nella classifica di aziende che hanno più o meno lo stesso numero di punti vendita e la stessa copertura territoriale di U2 Supermercato?*
4. *perché questi criteri discriminatori sono stati applicati nei confronti di U2 Supermercato solo nel paniere principale "Spesa con tutti i prodotti" (dove U2 negli ultimi anni è risultata 4 volte al primo posto) e non negli altri due panieri (marca commerciale e prodotto più economico) dove U2 Supermercato compare regolarmente in classifica?*

A sostegno del disappunto di U2 Supermercato, l'azienda sottolinea un punto importante della sua politica: l'adozione del format Every Day Low Price (EDLP) il quale, coniugando il low price con l'high value, ha avuto 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.

Proprio la politica EDLP ha premiato U2 Supermercato: **l'insegna è risultata**, proprio dall'indagine Altroconsumo **la più conveniente in Italia per quattro anni consecutivi (2011 - 2012 - 2013 - 2014) nelle categorie sia dei prodotti di marca sia dei prodotti a marchio commerciale, ottenendo il punteggio 100, ovvero l'indice massimo della convenienza**

La qualità, i prezzi convenienti, la grande attenzione all'ambiente e allo spreco fanno di U2 Supermercato una novità ed eccellenza nel panorama della GDO italiana.

*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 190 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 4 linee di prodotti a marchio privato: U! Confronta e Risparmia, EcoU!, il Viaggiator Goloso, top di gamma, e il Viaggiator Goloso Bio. **La società, che conta su un organico di 2.600 dipendenti, ha chiuso l'esercizio 2015 con un fatturato di 923 milioni di euro lordi, con una crescita del 85% del fatturato dal 2005 ad oggi.** Attualmente, Mario Gasbarrino è Presidente e 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,
Laura Marangon +39 347 3754169 e-mail lauramarangon@fcomm.it