

RIPOSIZIONAMENTO STRATEGICO DI SIMPLY

Per fronteggiare la crisi persistente ed aiutare le famiglie a far quadrare il bilancio, Simply rivede prezzi e assortimenti del reparto ortofrutta. La manovra parte a marzo con l'abbattimento dei prezzi e continua tutto l'anno con l'offerta di prodotti a 0,79 euro. Un investimento di 8 milioni di euro.

Rozzano, 27 febbraio 2014 - Per combattere il caro-vita e tutelare il potere d'acquisto delle famiglie, Simply mette in campo **la manovra salva spesa "Frutta e verdura costano meno"**. Dal 6 marzo nei supermercati IperSimply e dal 13 marzo nei Simply i prezzi dell'intero reparto ortofrutta vengono **abbattuti mediamente del 15%**.

L'eccezionalità della manovra risiede di fatto nella sua continuità. Simply promette ai clienti di **abbassare i prezzi di frutta e verdura per sempre**. Non si tratta quindi di una manovra promozionale a termine, ma di un nuovo approccio al mondo dell'ortofrutta, dove la convenienza viene garantita tutti i giorni dell'anno con **fasce di prezzo che partono da 0,79 euro**. Per aiutare i clienti ad affrontare le difficoltà di far quadrare il bilancio, tutti i mesi Simply si impegna a cercare un paniere di frutta e verdura di largo consumo da proporre ad un prezzo fisso di 0,79 euro. Per il mese di marzo, ad esempio, i prodotti selezionati sono arance, mele, cavolo, carote, patate e cipolle.

Un supporto reale per l'economia delle famiglie messe a dura prova dalla crisi persistente, che corrisponde ad un **investimento stimato annuo di oltre 8 milioni di euro** su tutto il territorio nazionale, dove Simply è capillarmente presente con oltre 1.500 supermercati diretti e in franchising.

*«La profonda crisi economica in atto e l'erosione del potere d'acquisto delle famiglie hanno generato un cambiamento nei comportamenti della nostra clientela, che ottimizza la spesa concentrandosi verso prodotti più convenienti, a marca privata Simply o comunque in promozione. - **commenta Antonello Sinigaglia, Direttore Generale di Simply® Italia** - Con questa manovra strategica di riposizionamento abbiamo deciso di venire incontro alle loro esigenze di risparmio anche sugli acquisti di frutta e verdura, affinché non debbano rinunciare alla qualità per assicurarsi la convenienza».*

La manovra salva spesa "Frutta e verdura costano meno" si integra infatti ad un progetto strategico di riposizionamento che coinvolge a 360° l'intero reparto ortofrutta anche nella **revisione del layout** e nella **razionalizzazione dell'assortimento**, per rendere più leggibile l'offerta e agevolare il cliente nella scelta di convenienza.

Una selezione accurata e attenta dei prodotti di frutta e verdura proposti a scaffale, che privilegia e ne evidenzia la **stagionalità, la provenienza di origine italiana e l'aderenza al territorio**, già di per sé garanzia di maggiore risparmio.

Una **proposta prezzo chiara e facilmente identificabile** e un **assortimento della migliore qualità**, monitorato dall'apposita Direzione Servizio Qualità, la prima e unica della GDO italiana ad essere certificata ISO 9001, che sottopone i fornitori ad una verifica puntuale e continuativa dei requisiti legati alla qualità e alla sicurezza.

Testata nei mesi scorsi **nei supermercati Simply di Roma**, la manovra salva spesa "Frutta e verdura costano meno" ha riscosso il **gradimento della clientela** ed è stata premiata con un significativo aumento dei volumi acquistati e ad una maggiore frequenza d'acquisto, facendo diventare l'ortofrutta uno dei principali parametri di fidelizzazione dei clienti all'insegna, insieme ai prodotti MDD.

La manovra salva spesa "Frutta e verdura costano meno" riconferma la strategia di Simply nel salvaguardare il potere d'acquisto della clientela, attraverso il costante impegno nel contenimento dei prezzi. Un impegno che si traduce nell'inserimento della linea "Spendo Meno" in tutti i reparti, nell'ampliamento del 50% delle referenze di primo prezzo e nel continuo sviluppo delle linee di Marca Privata Simply, sia nell'ambito grocery sia nei Freschissimi, che offrono al cliente un

risparmio medio del 30% verso i leader e un'ampia scelta in termini di copertura e di proposta di prezzo.

La convenienza assortimentale dei Simply è garantita anche dai **prodotti in promozione: oltre 1.600** presenti nei vari formati tutte le settimane. La pressione promozionale comporta uno sforzo notevole in un periodo in cui i listini e l'inflazione all'acquisto è in continua crescita e nei Simply si attesta a sette punti percentuale sopra la media di mercato (26,7% fonte IRI), che si traduce in un investimento stimato annuo di **oltre 100 milioni di euro**.

Simply® è l'insegna dei supermercati del Groupe Auchan, presente nel settore della grande distribuzione italiana con tre formule commerciali: le superette di vicinato a insegna PuntoSimply, i supermercati di prossimità a insegna Simply e i supermercati d'attrazione a insegna IperSimply. Oggi Simply® occupa in Italia circa 9.000 dipendenti ed è presente sul territorio nazionale in 19 regioni con oltre 1.500 punti vendita, di cui 269 gestiti direttamente e i restanti gestiti con la formula dell'affiliazione.