



COMUNICATO STAMPA

MARCA 2016, AUCHAN RAFFORZA LE LINEE ALIMENTARI E INNOVA NEL NON FOOD

Bologna, 12 gennaio 2016 – Auchan partecipa alla fiera MARCA 2016, confermando la MDD sempre più al centro della propria strategia d'insegna.

Le **oltre 5000 referenze** sono espressione del miglior rapporto qualità/prezzo con un posizionamento "prezzo basso tutti i giorni" e, per premiare la fedeltà dei clienti, da marzo 2015 sono legate al programma fedeltà LaTua!Card con "3 punti ogni euro di acquisti in Prodotti Auchan". Questa dinamica ha permesso di **far crescere la quota di MDD nel 2015 di quasi 3 punti**.

Il cuore dell'offerta MDD è anche quest'anno l'alimentare, dove il *Made in Italy* gioca un ruolo prioritario grazie allo stretto legame con le tante piccole-medie imprese locali presenti sugli scaffali degli ipermercati. "In linea con i trend di mercato del salutistico, premium e prodotti di servizio – **spiega Annarita Pinto, Responsabile Marketing Marca Privata Auchan** –, puntiamo a rafforzare le nostre linee **Biologico, Senza Glutine, Sapori delle Regioni e Passioni**. Anche nell'ambito dei freschissimi abbiamo appena lanciato la linea delle carni rosse **Auchan Bio** ed è in fase di sviluppo la linea ortofrutta **Auchan Bio**. Inoltre, prevediamo il rilancio della nostra Filiera ortofrutta che è garante dell'italianità del prodotto, di qualità, convenienza e sicurezza attraverso un attento controllo di tutto il percorso di Filiera."

Innovazione, differenziazione e convenienza sono gli assi portanti nel non alimentare. Tra i prodotti già protagonisti nei punti vendita Auchan, spicca il marchio "**QILIVE** tecnologia per la casa e il tempo libero", al quale è dedicato lo spazio riconoscibile "Qilive concept", con piccoli e grandi elettrodomestici, smartphone, tablet, tv.

Tra le linee lanciate nel 2015, il non food Auchan si è aperto anche al mondo del viaggio, con "**Airport – viaggiare è solo piacere!**", la linea di valigeria pensata per ogni occasione, dal viaggio agli spostamenti quotidiani, con borse e zaini.

È stata rilanciata la linea "**Cup's**", una gamma completa di attrezzature e abbigliamento sportivo, pensata per chi ama praticare abitualmente lo sport, ma anche per famiglie e principianti, che si completerà nel 2016 con calzature sportive e abbigliamento sport per bambini.

Mentre la linea "**in extenso**", dedicata all'intimo, calzature e abbigliamento per tutti i giorni per uomo, donna, bambino e neonato, verrà rilanciata nel 2016 con una particolare attenzione all'abbigliamento uomo.

"Nel prossimo anno - **afferma Annarita Pinto, Responsabile Marketing Marca Privata Auchan** - proseguirà lo sviluppo del marchio '**Actuel**': la risposta a tutti coloro che desiderano ritrovare il piacere dello 'stare in casa', dall'arte del cucinare, al tessile, alla decorazione e all'arredo per la casa, fino alla decorazione natalizia. Inoltre, nel 2016 in Profumeria lanceremo il marchio '**Cosmia**', il piacere della bellezza tutti i giorni".

Auchan Spa opera nel settore della grande distribuzione in Italia dal 1989, anno in cui è stato aperto il primo Ipermercato a Torino. Oggi è presente sul territorio nazionale in 11 regioni con 59 ipermercati (48 a gestione diretta e 11 in affiliazione) e circa 10 mila collaboratori.