

## Caprabo presenta a Pamplona la seva nova generació de supermercats

NOTE DE PREMSA 04/06/2014

***Pamplona, 4 de juny de 2014.-** Caprabo remodela la totalitat de la seva xarxa de supermercats per adaptar-los al que defineix com la seva nova generació de supermercats, una aposta radical de Caprabo per recuperar els valors tradicionals del comerç de proximitat, Economia, Varietat i Qualitat, els seus atributs fundacionals, amb la competitivitat en preu plenament incorporada a la seva proposta comercial, amb la major oferta per metre quadrat, que cobreix més necessitats de consum, i amb un concepte integral de qualitat.*



- Caprabo inverteix a Navarra 8 milions d'euros per adaptar la seva xarxa de supermercats al nou model.
- El nou model de supermercat té un 20% més d'espai per al producte fresc i un 15% més de productes.
- Una compra més ordenada, còmode, fàcil i àgil.
- Aposta per l'alimentació saludable.
- Redueix un 20% el consum energètic.

**Pamplona, 4 de juny de 2014.-** Caprabo remodela la totalitat de la seva xarxa de supermercats per adaptar-los al que defineix com la seva nova generació de supermercats, una aposta radical de Caprabo per recuperar els valors tradicionals del comerç de proximitat, Economia, Varietat i Qualitat, els seus atributs fundacionals, amb la competitivitat en preu plenament incorporada a la seva proposta comercial, amb la major oferta per metre quadrat, que cobreix més necessitats de consum, i amb un concepte integral de qualitat.

El projecte, iniciat al 2012, donarà un salt rellevant al llarg d'aquest exercici, que finalitzarà amb 120 noves botigues remodelades de les 364 que Caprabo té en els mercats estratègics de Catalunya, Madrid i Navarra. El procés d'adaptació de les botigues està previst que finalitzi al 2016 i la inversió supera els 80 milions d'euros en el seu conjunt, dels quals 8 milions d'euros corresponen a la inversió que realitza als 28 supermercats de la companyia a Navarra. Precisament, a la Comunitat Foral, Caprabo ja ha remodelat 11 botigues i la previsió és finalitzar aquest exercici amb el 60% de la xarxa de Navarra adaptada al nou model.

Caprabo està present a Navarra des de l'any 2002. Suma 28 supermercats amb una superfície comercial total superior als 21.500 metres quadrats. La seva facturació és de 91 milions d'euros i té una quota de mercat del 13%.

Caprabo espera aconseguir un increment de vendes de les botigues del 8%. Aquestes dades mostren un increment de visites en botiga superior al 15%, principalment motivades per la incorporació de més producte fresc a les seves cistelles de la compra. Les noves botigues compten amb un 15% més de productes i dediquen un 20% més d'espai als productes frescos de consum diari.

Respondre a la demanda del nou consumidor

La nova generació de supermercats Caprabo representa el posicionament estratègic de la companyia i dona resposta a la demanda d'un consumidor que ha variat de manera significativa els seus hàbits de compra i també els seus hàbits de consum.

A la nova botiga destaquen l'aposta pels productes frescos, que guanya un 20% d'espai i estan ubicats a l'entrada a mode de mercat: l'experiència de compra és més còmode, ordenada, àgil, fàcil i amb una millor i més coherent distribució de productes i seccions; l'aposta per l'alimentació saludable amb noves seccions i productes; la nova ordenació de la botiga, amb passadissos més amples, prestatgeries més baixes que faciliten la visualització dels espais; i l'eco sostenibilitat amb l'aplicació de mesures que permeten un estalvi d'energia per sobre del 20%.

Caprabo inclou a les seves noves botigues elements de modernitat i innovació únics en el sector, que són perceptibles des de l'entrada: El quiosc, vinculat al programa de fidelització de la companyia i que permet una gestió personalitzada de les ofertes, avantatges i serveis per a cada client, i El Comparador de preus. Les neveres tancades eviten l'excessiva manipulació dels productes i la seva millor conservació. Els nous serveis i apostes a la botiga com pernil al tall, peix de platja, secció de menús, ecològic o gourmet s'amplien, al temps que les seccions específiques com mascota i nadó es potencien i s'incorporen noves com la parafarmàcia.

La nova botiga atorga un protagonisme més gran als productes frescos de consum diari: peixateria –incorpora el peix de platja-, xarcuteria i carnisseria –amb una important ampliació de l'assortit-, la fleca –incrementa un 50% el seu espai i més d'un 20% el nombre de referències-, i compten amb mostrador atès per professionals especialitzats. És la secció on estan més desenvolupats els nous serveis de valor afegit.

### **Qualitat integral**

La qualitat pren al supermercat de nova generació una dimensió més àmplia i s'entén des d'una perspectiva de tres-cents seixanta graus. Des de l'atenció al client, els productes, els serveis de valor afegit, el desenvolupament de les noves tecnologies al servei del client, els elements de conservació dels aliments vinculats a l'eficiència energètica, les seccions noves, les especialitats o el producte de marca pròpia, amb un enfocament de desenvolupament i qualitat.

### **Caprabo**

Caprabo va néixer a la ciutat de Barcelona l'any 1959, és l'empresa de supermercats més antiga i té a la seva xarxa el supermercat més antic d'Espanya que encara avui està obert. Al 2013, Caprabo va tancar l'exercici amb una xarxa de 364 botigues en els mercats estratègics de Navarra, Catalunya i Madrid.

El supermercat online de Caprabo, que té més de deu anys d'història, compta amb més de 150.000 clients. La Targeta de Fidelització de Caprabo va ser pionera en el sector l'any 1996, compta amb 1,3 milions de clients actius. Més de 300.000 persones compren a Caprabo cada dia. Caprabo compta amb 26 botigues franquiciades a Catalunya i a Andorra. És propietat de Grup Eroski del qual representa el 20% del negoci.

Caprabo es planteja els propers exercicis com una gran oportunitat per recuperar els valors corporatius tradicionals que l'han acompanyat i diferenciat en el sector en els més dels seus 55 anys d'història. A la seva primera botiga, el cartell exterior indicava "Economia, Varietat i Qualitat". Avui, 55 anys després, el seu projecte estratègic recupera aquests valors d'una manera radical.

[www.caprabo.com](http://www.caprabo.com/sites/caprabocom/) [ /sites/caprabocom/ ] / [www.capraboacasa.com](http://www.capraboacasa.com/) [ http://www.capraboacasa.com/ ]  
[www.twitter.com/caprabo](http://www.twitter.com/caprabo) [ http://www.twitter.com/caprabo ] / [www.facebook.com/caprabo](http://www.facebook.com/caprabo) [  
http://www.facebook.com/caprabo ]

## **Nova Generació de Supermercats CAPRABO**

La nova generació de supermercats Caprabo neix com una aposta per l'economia, la qualitat i la varietat, que són els tres valors fundacionals de la companyia, la més antiga de supermercats a Espanya, que realitza una aposta de futur per la modernitat, la capacitat d'elecció i la qualitat. Presenta una identificació més fàcil dels productes i de les seves característiques, amb una millor ordenació, el que facilita la compra; també millora la indicació de les seccions i dels atributs de seccions i aliments concrets. El nou model s'ha adaptat a cadascun dels espais de les botigues segons la seva mida.

### **Servei al client**

A l'entrada, s'informa del pla d'activitats de Moments, una iniciativa d'interacció i servei de valor afegit amb els clients, amb cursos de cuina, jocs per a nens, tallers adaptats a cada època de l'any, entre altres activitats.

### **Innovació**

Abans de creuar la línia de caixes del supermercat es troba una de les principals novetats de la botiga i un clar element de modernitat, innovació i personalització, que atén la demanda d'un consumidor que vol escollir. Es tracta del quiosc de l'estalvi, una màquina que detalla a cada client de forma individualitzada els productes que té en oferta de la seva compra habitual. Addicionalment ofereix avantatges personalitzats en forma de descomptes que el client pot seleccionar i imprimir abans d'iniciar la seva compra.

És una eina imprescindible del desenvolupat programa de fidelització de Caprabo, pioner en el seu sector, amb més de 17 anys d'història i que compta amb més d'1,3 milions de targetes actives. És el resultat del procés d'escoltar les necessitats d'un nou consumidor que demanda personalització i capacitat d'elecció combinat amb l'estalvi. Una eina de fàcil ús. Permet personalitzar en temps real les promocions i ofertes, i adaptar-les a les necessitats i preferències de cada client ja que té la capacitat per emetre més cupons descompte per client. Constitueix un complement a l'entrega de cupons en caixa. Caprabo emet 60 milions de cupons descompte cada any.

Vinculat al quiosc de cupons estan els elements relacionats amb el programa El Meu Club Caprabo. A través de la app del Club és possible accedir a un ampli ventall de serveis i informació sobre les compres a Caprabo, així com activar en qualsevol moment descomptes personalitzats. L'app, llançada fa un any, ja té més de 25.000 usuaris actius. També és una de les eines fonamentals en l'ús de El Comparador.

### **El Comparador**

## Diferents tipus de carros de la compra

El nou supermercat Caprabo permet escollir entre diferents tipus de carros adaptats a diferents tipus de consumidor: l'estàndard incorpora lupa per poder llegir la informació de l'etiquetat dels productes; amb cistella alta, per a persones amb discapacitat que es desplacen en cadira de rodes; per transportar nadons; amb cadira per a persones amb dificultat de mobilitat; per als qui fan la compra portant un carret de nen petit. També podria incorporar noves tipologies de cistelles per a diferents tipus de volums de compra.

## Una nova imatge, més clara, facilita la compra

A la nova botiga en general, però en les seccions de fresc, en particular, la senyalització ha estat redissenyada per fer-la més atractiva, clara, corporativa i per ajudar al client a identificar els productes i seccions de manera més fàcil.

## Més producte fresc

Creuada la línia de caixes, a l'entrada de la nova botiga es troba ubicat el producte fresc. Caprabo realitza una aposta radical pel producte fresc de qualitat i potencia les seccions de fleca, fruita, verdura, carnisseria, xarcuteria i peixateria. A l'estar col·locades a l'entrada, facilita la compra d'aquests productes de consum diari donant resposta a una demanda del nou consumidor. El producte es ven en lliure servei però també per mitjà de la venda assistida per professionals especialitzats. El tipus de mobiliari permet una millor visualització del producte i també la seva conservació.

El pa, com a producte de consum diari, cobra importància. Per això s'ha desenvolupat de manera important en aquesta secció. Incrementa l'espai dedicat de mitjana en un 50% mentre que el percentatge de referències ha crescut un 20%. Inclou especialitats i pa acabat de fer tots els dies. En els casos en els quals la superfície de la botiga ho permeti es disposa d'obrador propi. També incorpora brioixeria del dia elaborada a la pròpia botiga. Ampli assortit en pastes de fleca com especialitats en magdalenes, pastes de té, bescuits i una àmplia oferta en especialitats locals.

Carnisseria i xarcuteria amplia serveis com una secció de pernil al tall, que aporta valor afegit, i inclou una altra secció d'especialitats de xarcuteria. S'ha millorat la informació a consumidor de missatges específics sobre les qualitats dels productes, el seu origen, els seus beneficis per a la salut o formes de cuinar-los.

Peix de platja. L'aposta radical per la proximitat porta a Caprabo a incorporar a les botigues el peix de platja, un producte que només està a la venda els dies de la setmana en que la llotja local el proporciona i la botiga el posa a la venda a partir de l'horari de tarda. El peix de platja procedeix de les llotges de Vilanova i la Geltrú, Sant Carles de la Ràpita, Arenys, Blanes i Roses. El producte es porta a les botigues directament des de les llotges amb la qual cosa s'aconsegueix que estigui a la venda el mateix dia que es pesca, passant només dues hores des de la llotja a l'arribada a la botiga. Incorpora espai per descans per a aquesta secció. El 25% del producte que ven aquesta secció és el procedent del dia de les llotges.

## Productes de proximitat

Caprabo és un referent en productes de proximitat. Ha estat el primer supermercat en incorporar el segell oficial de la Generalitat que identifica els petits productors agroalimentaris. És el supermercat que compta amb més productes de proximitat en els seus lineals. A la nova botiga, aquests productes disposen d'espai destacat i una clara senyalització que els identifica.

## Noves tendències, noves seccions

En atenció a les noves tendències de consum, la botiga incorpora seccions específiques com Ecològics amb un total de 100 noves referències; hi ha noves propostes que cobreixen més necessitats de consum com menús; gourmet; secció de celebracions. Totes aquestes seccions estan identificades de forma específica en els lineals.

## **Seccions de detall: FRESCOR, SABOR I COLOR.**

Seccions d'envinagrats y de suc de taronja natural espremut en el moment. Secció especial aniversaris.

## **Salut i Benestar**

Es tracta d'una de les apostes importants del nou model de botiga, que dedica més espai als productes saludables i els atorga una identificació específica. En aquesta línia es troben els productes Sannia, però a més incorpora productes específics per a la cura de la salut, com productes integrals, baixos en sucre, baixos en sal i baixos en greixos. Addicionalment compta amb productes específics sense gluten.

## **Celler, Nadó i Mascotes, espai específic**

Món Celler, Món Nadó i Món Mascota apareixen com seccions delimitades, amb il·luminació, decoració i mobiliari específics. Inclouen recomanacions sobre consum i informació qualitativa sobre els productes.

La secció de celler és la primera que ha desenvolupat un etiquetatge específic, dissenyat complint les demandes dels propis clients als quals se'ls ha preguntat a través del programa de co creació de Caprabo. Aquesta secció compta amb prestatgeries preparades per emmagatzemar el producte segons les seves necessitats específiques de temperatura requerida.

## **Plantes i Parafarmàcia**

A la sortida de la botiga s'ha deixat un espai per a serveis addicionals com la venda de plantes i de rams o un expositor de receptes. El nou Caprabo incorpora la parafarmàcia com una aposta de servei al client.

## **Marca Eroski, varietat, qualitat i preu**

La proposta del nou supermercat Caprabo té plenament incorporats els elements de competitivitat en preu. El 12% de l'assortit de la botiga és marca pròpia Eroski, Basic, Seleqtia, Belle, Sannia i Natur, en producte fresc.

## **Ofertes i promocions**

Les ofertes i promocions arriben als productes frescos a les noves botigues de forma destacada, amb mobiliari específic, en molts casos en els passadissos centrals del supermercat. El 40% de les cistelles de la compra de Caprabo inclouen productes de marca pròpia o en promoció, per això el component d'estalvi de la nova botiga és rellevant.

## **Supermercat eco sostenible**

Les noves botigues Caprabo han millorat la seva eficiència des de la perspectiva de respecte mediambiental i vinculen el desenvolupament de l'activitat diària del supermercat a programes i iniciatives concretes de compromís social corporatiu.

Caprabo ha focalitzat les mesures d'eficiència energètica en el fred industrial, que representa el 60% del consum aproximadament. Per minimitzar aquest impacte Caprabo ha tancat totes les neveres de refrigerat i congelat. El resultat obtingut ha estat una reducció mitja del 20% total del consum energètic i a més a més ha permès una millora en la conservació i qualitat dels aliments i major confort a la botiga. Una altra mesura aplicada ha estat la substitució de la il·luminació de les botigues per sistemes més eficients i sostenibles.

Altres línies en les quals treballa Caprabo per millorar l'eficiència energètica és la reducció de consumibles que ja ha arribat al 50% menys d'ús. Minimitza els residus. Caprabo dins del seu compromís de 3R (Reduir, reciclar i reutilitzar) recicla el 100% del material inorgànic com el paper, el cartró i el plàstic per mitjà de logística inversa.

---

L'eficiència energètica a la botiga està acompanyada d'informació i campanyes de conscienciació destinades a les més de 300.000 persones que compren cada dia a Caprabo.

### **Professionals**

Els 7.500 treballadors dels supermercats Caprabo compten amb un uniforme renovat, més pràctic i fàcil d'identificar a la botiga. Més de 3.000 professionals especialistes en frescos treballen a les botigues de Caprabo i estan portant a terme un programa de formació per millorar el desenvolupament de les seves capacitats en el tractament dels productes frescos i l'atenció al client.