

Caprabo radicalitza el seu compromís amb l'estalvi i baixa els preus de manera

NOTE DE PREMSA 04/04/2013

Barcelona, abril 2013.- En una clara aposta pel seu compromís amb l'estalvi, des del mes d'abril, Caprabo baixa el preu a més de 2.000 productes de manera permanent. Aquest ajustament en els preus es realitza en els productes més habituals de la cistella de la compra, des de productes de marca pròpia, productes de primeres marques i productes frescos de consum diari. Es tracta d'una iniciativa destinada a canviar de manera radical la imatge de preu dels supermercats Caprabo. És per aquest motiu que la baixada de preus és permanent.



- Caprabo baixa el preu a més de 2.000 productes.
- Inclou baixades en preu de fins un 30%.
- Aposta per una comunicació clara, senzilla i contundent.

Barcelona, abril 2013.- En una clara aposta pel seu compromís amb l'estalvi, des del mes d'abril, Caprabo baixa el preu a més de 2.000 productes de manera permanent. Aquest ajustament en els preus es realitza en els productes més habituals de la cistella de la compra, des de productes de marca pròpia, productes de primeres marques i productes frescos de consum diari. Es tracta d'una iniciativa destinada a canviar de manera radical la imatge de preu dels supermercats Caprabo. És per aquest motiu que la baixada de preus és permanent. En conseqüència, Caprabo mantindrà la seva oferta comercial, la més variada en marques per metre quadrat, la proximitat, la cura del servei i la qualitat, però amb preus més competitius i en la línia amb els seus principals competidors.

En paraules d' Alberto Ojinaga, Director General de Caprabo, "es tracta de la baixada de preus més ambiciosa realitzada per la companyia i està clarament orientada a canviar de manera radical la percepció de preu que existeix dels supermercats Caprabo". "Avui tenim els mateixos preus que els competidors però amb serveis de valor afegit que altres no tenen". "Caprabo pot comparar la mateixa cistella de la compra amb qualsevol competidor, però és el supermercat amb més referències per metre quadrat, amb més oferta i més varietat", assegura Ojinaga.

La baixada de preus s'aplica als productes d'alimentació, en concret a més de 1.000 productes de primeres marques de fabricants, 600 productes de marca pròpia Eroski, Eroski Basic, Eroski Seleccion, Eroski Natur, Sannia i més de 300 productes frescos de consum diari.

Per donar a conèixer la iniciativa, Caprabo llança una campanya de comunicació clarificadora, simple i rotunda. En els

supermercats de la companyia es podrà identificar aquells productes que registren una baixada en el seu preu de manera clara. Al mateix temps, la creativitat a les botigues mostrarà als clients els preus de carros estàndard i aquell mateix carro amb la baixada de preu aplicada. Caprabo busca que el client pugui identificar molt bé l'estalvi que obté i en quins productes concrets.

Competitivitat en preus

Caprabo va donar un salt rellevant en la millora de la seva competitivitat en preus amb la introducció l'any 2008 de la marca Eroski en els seus supermercats, una marca que va aparèixer en el mercat en els anys setanta i que compta amb un ampli recorregut en qualitat i en preu. El 12% dels productes d'un supermercat Caprabo amb marca Eroski i les seves vendes assolixen el 20%.

Una de les altres iniciatives destinades a incrementar la capacitat d'estalvi dels clients és el relançament, el passat mes d'octubre, del programa de fidelització, El Meu Club Caprabo, un programa únic en el sector de la distribució. Els avantatges vinculats al Club Caprabo permeten un estalvi anual de 500 euros en la cistella de la compra.

Caprabo

Caprabo, companyia de supermercats de referència, va néixer a Barcelona el 1959 i, actualment, té una xarxa de 359 supermercats, ubicats en el teixit urbà de les zones estratègiques de Catalunya, Madrid i Navarra. La companyia, que en 2009 va complir 50 anys d'història, representa el supermercat urbà de prestacions amb el major nombre de referències, que combina l'oferta d'estalvi amb l'oferta en marques més àmplia del mercat. Caprabo és pionera en un model comercial de prestacions pensat per maximitzar l'experiència de compra dels seus clients. Cada dia, més de 300.000 persones compren en els supermercats Caprabo. A la companyia treballen 8.400 persones, fet que converteix a Caprabo en una de les primeres companyies que donen feina de Catalunya. El negoci de Caprabo es concentra a Catalunya, on compta amb el 75% de la seva xarxa de botigues. Caprabo és pionera en la venda d'alimentació per Internet a través de capraboacasa.com que compta amb més de 150.000 clients. Caprabo forma part del Grup Eroski, del qual constitueix el 20% del negoci.