



il Viaggiator Goloso®



IL GRUPPO UNES SCELTO COME CASE STUDY NELLA 17° EDIZIONE DEL MANUALE “PRINCIPI DI MARKETING” DI PHILIP KOTLER

Il volume, considerato un riferimento per lo studio della materia, ripercorre l'evoluzione di Unes annoverandola tra i casi più interessanti in tema di progettazione e gestione del marketing

Vimodrone, 27 marzo 2019 – Il gruppo Unes è stato inserito come case study nella nuova edizione del manuale “Principi di Marketing” scritto da Philip Kotler con Fabio Arcarani, Gary Armstrong e Michele Costani. Il volume, giunto ormai alla 17° edizione, è considerato il punto di riferimento per tutti coloro che si avvicinano allo studio della materia.

La storia del gruppo Unes – dalla sua nascita a oggi – viene raccontata come **caso di successo nella progettazione e gestione del marketing**. Dalla creazione di U2 Supermercato e della sua formula Every Day Low Price, alla partnership con Amazon, passando per l'evoluzione del Viaggiator Goloso da marca privata a insegna, il volume ripercorre le tappe fondamentali dello sviluppo di Unes, annoverandola tra le **aziende capaci di creare valore per il consumatore**.

“Non possiamo che essere **onorati e orgogliosi di essere stati inseriti in un manuale così prestigioso**, riconosciuto a livello internazionale come strumento fondamentale per lo studio del marketing - *ha commentato Mario Gasbarrino, Presidente e Amministratore Delegato di Unes Supermercati* -. Figurare tra le case history di questo volume ci dà la conferma, ancora una volta, che siamo sulla strada giusta. **Innovazione, sostenibilità e attenzione al consumatore** sono da sempre i valori che ci guidano con l'obiettivo di fornire ogni giorno un'esperienza di acquisto migliore a tutti i nostri clienti”.

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 diverse 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). **il Viaggiator Goloso**, il luogo del cibo felice, evoluzione del marchio da brand di prodotto a insegna, che pone una particolare attenzione ai reparti del fresco. In tutte le insegne sono presenti le linee di prodotti a marchio privato: il Viaggiator Goloso, EcoU! e U! Confronta e Risparmia. La società, che conta su un organico di circa 2.900 dipendenti, ha chiuso l'esercizio 2018 con un fatturato totale di 1 miliardo e 7 milioni di euro lordi.

Attualmente, Mario Gasbarrino è Presidente e Amministratore Delegato di Unes Supermercati.

Per maggiori informazioni: Claudio Motta – claudio.motta@melismelis.it - Valentina Marando – valentina.marando@melismelis.it