



PRESSMEDDELANDE, 2007-08-23

## Konsumenterna vill ha fler hälsosamma EMV

Konsumenterna efterfrågar en satsning på färskvaror i sortimentet för egna märkesvaror, EMV. Överst på konsumenternas önskelista över framtidens EMV-sortiment står dessutom nyttiga/hälsosamma produkter. Det visar en undersökning som Willys har genomfört.

Nästan hälften av de 1 767 konsumenterna, som svarade på Willys webbenkät om egna märkesvaror, uppgav att de tyckte att färskvaror var den kategori som man skulle satsa mera på i framtiden. I botten hamnade konfektyr och drycker som endast två respektive tre procent förordade.

40 procent av konsumenterna skulle helst vilja ha nyttiga/hälsosamma produkter i det framtida EMV-sortimentet, medan 20 procent helst skulle vilja ha ekologiska/miljövänliga EMV-produkter. En svalare inställning hade konsumenterna till rättvisemärkta produkter, endast fem procent efterfrågade detta.

– Vi inom handeln måste hela tiden ha känselspröten ute och ta reda på vad konsumenterna vill ha när det gäller EMV-sortimentet, säger Patrick Grabenbauer, marknadschef på Willys. För konsumenterna är EMV en fråga om större valfrihet och vi måste kunna erbjuda ett attraktivt EMV-sortiment inom de områden konsumenterna prioriterar.

Undersökningen genomfördes under fyra veckor i juli/augusti genom en enkät på Willys hemsida. 1 767 personer besvarade enkäten.

### Resultat i sammandrag:

*Andel personer (%) som angett att följande kategorier är viktigast att satsa på inom EMV:*

Färskvaror	49	Hushållsprodukter	7
Djupfrost	14	Kroppsvård	5
Specerier	10	Drycker	3
Mejeri	10	Konfektyr	2

*Andel personer (%) som angett att de helst vill hitta följande sortiment inom EMV:*

Nyttigt/hälsosamt	40	Högsta kvalitet (premium)	9
Ekologiskt/miljövänligt	20	Allergimärkt	7
Lokalproducerat	19	Rättvisemärkt	5

*För mer information kontakta:*

Patrick Grabenbauer, marknadschef Willys, tel 0708-76 13 13

Camilla Fogelström, kommunikationsansvarig Willys, tel 031-733 36 04, 0704-85 75 08

Ingmar Kroon, presschef Axfood AB, tel 0702-89 89 83

Willys affärsidé är att tillhandahålla Sveriges billigaste matkasse. I verksamheten ingår 108 Willysbutiker och 39 Willys hemmabutiker som är kedjans mindre butiker. Willyskedjan beräknas omsätta ca 14 miljarder kr i år vilket gör Willys till marknadsledande i Sverige inom lågpris. Willys ingår i Axfood AB som är noterat på nordiska börsen, Nordic Large Cap. Läs mer på [www.willys.se](http://www.willys.se)