85 тонн клубники с начала лета съели покупатели АШАН

*С начала лета в магазинах торговой сети было продано порядка 85 тонн клубники, что в 3,5 раза больше показателей 2021 года.*

**Москва, 03 августа 2022 года**. – В этом году компания АШАН Ритейл Россия впервые провела тематическую промоакцию «Клубничная симфония». Помимо ягод клубники в свежем и замороженном виде, в ассортименте акции были представлены выпечка, салаты и горячие блюда, приготовленные с использованием сезонной ягоды; молочная гастрономия, сладкая бакалея и напитки с клубничным наполнителем; посуда и товары для дома с изображением ягоды.

*«Благодаря необычному оформлению промоакции, а также доступной цене свежей клубники, наши клиенты купили 71 тонну весовой клубники и 192 000 фасованных упаковок ягод, что в целом втрое превосходит показатели прошлого года. Помимо этого, мы удивили покупателей-гурманов необычными блюдами, предложив попробовать пиццу с клубникой и салат с рукколой, фетой и клубникой»,* – рассказала Галина Ящук, директор по маркетингу АШАН Ритейл Россия.

В ассортименте магазинов АШАН была представлена клубника из Турции, России и Армении.

**Справка о компании АШАН Ритейл Россия:**

АШАН Ритейл Россия — российское подразделение Auchan Retail (входит в Auchan Holding). Торговая сеть работает на российском рынке с 2002 г. и управляет 230 магазинами трех форматов: гипермаркеты, суперсторы и супермаркеты. Штат компании - более 30 000 сотрудников.

Торговая сеть ежегодно становится лауреатом в различных номинациях Премии Private Label Awards (by IPLS), трижды получала награду «Лучший работодатель розничной торговли». В 2021 году АШАН занял 2-е место в рейтинге покупательского опыта <https://www.omnirating.ru/>, в 6-й раз был признан Маркой №1 в России в категории «Сеть гипермаркетов» по результатам общенационального голосования «Народная марка», а приложение «Мой АШАН» вошло в топ-5 по росту количества загрузок в России.