PRESSMEDDELANDE 2011-11-30

**City Gross satsar på en aktivare kunddialog**

*I måndags meddelade Svenskt Kvalitetsindex att City Gross har högst kundnöjdhet inom svensk dagligvaruhandel. Idag lanseras City Gross Dialog, en satsning på att göra det ännu enklare för kunder och anställda att föreslå, kritisera och begära förändringar som stöd för rätt kundnytta och ännu mer rätt kvalitet i kedjans butiker.*

Kunderna blir relativt andra kedjor mer och mer nöjda med City Gross. Enligt SKIs årliga kvalitetsundersökning kom kedjan på andra plats 2009, på delad förstaplats 2010 och som ensam etta i år när det gäller att ha de nöjdaste kunderna.

Men det räcker ej för det familjeägda företaget, som nästa år firar att det gått 90 år sedan starten 1922 i Hässleholm. Nu sjösätter man en satsning på att göra det enklare för kunder och anställda att påverka utvecklingen inom svensk dagligvaruhandel.

Den utgår ifrån kunders och anställdas behov av att enkelt kunna förmedla tankar, idéer och kritik om hur City Gross är och bör vara. Satsningen går under namnet City Gross Dialog och sjösätts i januari.

Den består av ett antal kanaler för att underlätta dialogen med kunder och anställda. Dit hör en ny webbfunktion med frågor och svar, en dedikerad funktion för mejldialog, förslagslådor i butik, hotline per telefon och en funktion för dialog genom sociala medier.

– Att City Gross har de nöjdaste kunderna är bra, men det ökar samtidigt våra krav på oss själva att bli ännu bättre. Vi tar branschens högsta tillväxt i kombination med de mest nöjda kunderna som bevis på att konsumenterna vill att någon rör om i dagligvarugrytan och tar gärna den rollen även framöver, säger Peter Lund, VD på Bergendahls Food, som äger och driver landets 33 City Gross-butiker.

City Gross har vid ett flertal tillfällen de senaste åren visat att man kan påverka matsverige. Äkta vara-märkningen av varor med få eller inga tillsatser, GMO-kampanjen som gjorde att GMO-fodret till svenska grisar försvann och Griskronan med extra betalat för varje kilo färskt griskött man säljer har på olika sätt drivit på utvecklingen för bättre mat. Genom City Gross Dialog hoppas man få idéer och konkreta uppslag på hur man på andra sätt kan ta initiativ som påverkar övriga matkedjor och livsmedelsindustrin.

Familjeägda Bergendahls Food äger och driver City Gross, landets fjärde största och snabbast växande dagligvarukedja med 33 butiker. Utöver att erbjuda prisvärd mat och valfrihet med svensk dagligvaruhandels bredaste utbud är en viktig framgångsfaktor för City Gross satsningen på att hantera svenskt kvalitetskött i butik. Bergendahls Food ligger även bakom Den svenska matrebellen, en mycket framgångsrik satsning på att hjälpa fria handlare vinna marknadsandelar lokalt. Bergendahls är idag ett av landets fem största svenskägda familjeföretag och det hundrade största (enl Veckans Affärer).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

För mer information:

Peter Lund, VD Bergendahls Food, 073-620 82 00

www.citygross.se • www.bergendahlsfood.se

Medieservice: Mikael Lagerwall, 0708-47 21 00 alt mikael.lagerwall@bergendahls.se

Digitalt pressrum på www.mynewsdesk.com (sök på ”city gross”)

*Bergendahl Food AB (kortnamnet är Bergendahls Food med genitiv-s) är ett detaljhandelsföretag inom dagligvarubranschen. Företaget har 2 500 anställda och omsätter i år 10 miljarder kronor. Utöver drift av de egna koncepten City Gross och EKO levererar företaget dagligvaror till ca 130 fristående butiker inom bl a konceptet Matöppet och Den svenska matrebellen. Bergendahls Food är ett dotterbolag till handelshuset Bergendahl & Son AB, som ägs av familjen Bergendahl Mylonopoulos i tredje och fjärde generationen.*