**ABRE EN MADRID SUPERSANO, LA PRIMERA CADENA  
DE SUPERMERCADOS ECOLOGICOS DE ESPAÑA**

****

****

**SuperSano**, la primera cadena de supermercados ecológicos de España con establecimientos propios en Valencia, Alicante, Murcia, Albacete, Elche y Altea, abre el próximo viernes 16 de enero su primera tienda en Madrid.

**SuperSano** comenzó su andadura en plena crisis, abriendo su primera tienda en la ciudad de Alicante en el año 2009. Dos años más tarde, abrió en Murcia, y más tarde, ante el éxito registrado, inició un plan de expansión que alcanza este año a Madrid. Además, para 2015 está prevista la apertura de al menos tres nuevas tiendas en otras ciudades.

**SuperSano** responde a un nuevo concepto de supermercado que incluyetodo lo necesario para la alimentación y el hogardentro de la llamada **'cultura ecológica'**. Una denominación que ampara¹ el compromiso por un estilo de vida que se apoya en la ecología, la seguridad alimentaria, el bienestar físico de las personas y el respeto y cuidado por el medio ambiente.

Sus establecimientos cuentan con las secciones habituales de cualquier supermercado convencional: panadería, frutas y verduras, carnes, lácteos, snacks, bebidas y limpieza, y todos sus productos ecológicos están sellados y certificados por los organismos oficiales correspondientes de las regiones y países donde son producidos o envasados. Dispone también de herboristería y cosmética natural yuna zona específica paracelíacos²con toda clase de productos sin gluten así como otros alimentos especiales para personas con otros tipos de intolerancia alimentaria. En total cuenta con más de 3.000 referencias distintas, nacionales y de importación, de los productos denominados ecológicos, bio y orgánicos.

El éxito de **SuperSano** está basado en haber conseguido acercar3 los precios de los productos ecológicos a los precios de los productos convencionales. Con su **Tarjeta Descuento**, la cesta de la compra en **SuperSano** supone un ahorro lineal de entre el 10 por ciento (alimentación bío), el 15 por ciento (cosmética natural) y el 25 por ciento (herboristería) en todos los productos, de todas las marcas.

http://www.madridiario.es 16 de enero del 2015

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ORAL SECTION EUROPÉENNE : ESPAGNOL**  **BACCALAUREAT PROFESSIONNEL : Secteur Commerce/Vente** | | | | | |
| Session | Sujet n° | Préparation | Durée | Coefficient | Page |
| 2016 | 1 | 0h20 | 0h10 | 1 | 1/2 |

**Vocabulario:**

**¹ amparar :** englober, héberger, intégrer

**² celíacos :** personnes intolérantes au gluten

**3 haber conseguido acercar :** avoir réussi à aligner

**Orientaciones:**

1. Identificar y presentar el documento
2. ¿En qué el éxito de Supersano corresponde a la demanda de los clientes?
3. ¿Cuáles son las diferencias entre Supersano y un supermercado tradicional?
4. ¿Cuáles son las ventajas de la tarjeta “Descuento” para la cadena SuperSano y para sus clientes?
5. ¿Te gustaría trabajar en este tipo de tiendas y por qué?

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ORAL SECTION EUROPÉENNE : ESPAGNOL**  **BACCALAUREAT PROFESSIONNEL : Secteur Commerce/Vente** | | | | | |
| Session | Sujet n° | Préparation | Durée | Coefficient | Page |
| 2016 | 1 | 0h20 | 0h10 | 1 | 2/2 |