



**SELEX: QUALITA' E INNOVAZIONE
PREMIANO LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE**

***Il 2017 si è chiuso con un trend del + 6%,
positivo e superiore a quello degli ultimi anni
grazie alle strategie messe in atto sui prodotti e ai nuovi lanci***

Trezzano sul Naviglio, MI - 15 gennaio 2018.

Marche del Distributore sempre più centrali nelle strategie del Gruppo Selex, terzo operatore della distribuzione moderna nazionale.

Ne sono una dimostrazione la crescita costante dell'assortimento di base e il lancio, nel corso degli ultimi anni, delle linee specialistiche *premium, bio, salutistiche, gluten free, prima infanzia e 100% vegetale*. Tutti segmenti a cui il consumatore guarda con sempre più interesse e sensibilità.

Nel 2017, il fatturato complessivo delle marche del distributore che fanno capo a Selex ha superato **800 milioni di euro**, con una crescita del **+ 6%** rispetto all'anno prima.

A offrire le performance più brillanti sono state le linee di specialità regionali, Saper di Saporì, e di prodotti salutistici, Vivi Bene Selex, con **incrementi annui di oltre il 15%**.

L'assortimento delle private label di Selex, presente anche quest'anno con un suo stand alla **Fiera Marca di Bologna** (17 e 18 gennaio), conta oggi più di 5.500 referenze in totale, suddivise tra i brand **Selex, Vale e Il Gigante** e relative linee specialistiche, *Sù* e *Vanto* per il canale cash & carry e prodotti con marchi di fantasia. Uno per tutti *Le Vie dell'Uva*, la linea di vini doc e docg selezionati dai migliori produttori in tutta Italia, che oggi rappresenta un punto fermo sugli scaffali dei supermercati del Gruppo.

Nelle categorie in cui è presente, la quota media a valore della Mdd di Selex supera il 18%, con picchi di oltre il 25% tra alcune imprese associate.

Un contributo notevole allo sviluppo delle marche del distributore è stata l'attivazione dello "Shopping Bag", programma continuativo di test e assaggi di prodotti effettuati da un panel di famiglie rappresentative della popolazione: un altro punto di forza e di distintività di Selex.

*« Qualità e innovazione sono stati i driver della crescita degli ultimi anni e, allo stesso tempo, sono le sfide più importanti che abbiamo davanti - sottolinea **Maniele Tasca**, Direttore Generale di Selex - Continueremo a lavorare per migliorarci senza mai perdere di vista la dimensione della convenienza».*

Nel 2018 proseguirà il lavoro di continuo affinamento e innovazione degli assortimenti, in particolare nei reparti più caratterizzanti, come l'area salute e benessere, per rendere sempre più personale e distintiva l'offerta.

*«Nel corso dell'anno – conferma **Luca Vaccaro**, Direttore MdD di Selex – sarà completato il restyling del marchio Selex, incentrato su system grafici diversi per macro categorie di prodotti. Arricchiremo inoltre l'offerta delle linee premium, come Saper di Saporì, con nuove specialità gastronomiche di qualità e tipicità e sarà inoltre rafforzata la linea Vegetale 100% Selex».*

Novità in vista anche per il mondo **Vale**, la marca utilizzata in alternativa dalle Imprese Socie che operano in aree di sovrapposizione territoriale.

La linea base sarà oggetto di un restyling che renderà i prodotti ancor più attrattivi, e sono stati studiati nuovi brand per le linee specialistiche. Accanto ai prodotti biologici e di filiera *La Natura Vale* e all'alto di gamma *Val Or*, nasceranno due nuove linee: una salutistica e l'altra per il *petfood*. Anche per Vale sarà ampliato l'assortimento, in parallelo a quanto fatto per il marchio Selex.

Il Gruppo Selex

Con 14 Imprese Associate, Selex, terzo Gruppo della distribuzione moderna con una quota di mercato dell'11,9%, è presente in tutta Italia con una rete commerciale formata da 2.500 punti di vendita e un organico di oltre 31.000 addetti.

Nel 2017 il fatturato ha raggiunto 10,78 miliardi di euro con un incremento del + 4,1%.

Nel 2018 è prevista un'ulteriore crescita del + 4,2% che porterà il giro d'affari a 11,22 miliardi grazie anche all'ambizioso programma di sviluppo che vedrà l'apertura di 69 nuovi punti di vendita e la ristrutturazione di 59 unità esistenti, per investimenti complessivi pari a 330 milioni (+50% rispetto al 2017).

Le insegne più note che fanno capo al Gruppo sono Famila, A&O e C+C, cui si affiancano brand regionali spesso leader sul territorio.

Selex Gruppo Commerciale fa parte della centrale d'acquisto ESD Italia a sua volta partner della centrale EMD, leader in Europa.

www.selexgc.it

Relazioni esterne e Ufficio Stampa Gruppo Selex:

Viola Violi tel. 347 2822878

viola.violi@vivincomunicazione.it