



I risultati vincenti di Famila

**Con la recente inaugurazione di Mestre, FAMILA prosegue la sua crescita:
221 punti vendita e +1,5% il fatturato a parità.**

15 Maggio 2018 – L'ultima inaugurazione ufficiale è della scorsa settimana, a Mestre, dove il Gruppo Unicomm di Vicenza (Socio del Gruppo Commerciale Selex) ha aperto un nuovo **Famila Superstore** di 2.500 mq.

In occasione dell'evento Giancarlo Paola - Direttore Commerciale Gruppo Unicomm - ha confermato che: *"Il nuovo FAMILA è solo l'ultimo tassello, in ordine temporale, di uno sviluppo strategico che riguarderà tutti canali in cui siamo presenti e per il quale abbiamo stimato un investimento di 135 milioni di euro da qui al 2020"*.

Il progetto di Unicomm per **Famila** è però uno degli elementi del più ambizioso piano che riguarda l'insegna nazionale, adottata da sei Imprese associate Gruppo Commerciale Selex che operano capillarmente dal Piemonte alla Sicilia e sono accomunate dalla medesima passione e dagli stessi obiettivi: garantire sempre il meglio dei diversi territori ai propri clienti.

Forti di una grande conoscenza delle realtà in cui operano, le singole Imprese sono state capaci di creare format unici, per assortimenti, servizio, sostenibilità e valorizzazione dell'offerta.

Il 2017 si è chiuso con un fatturato al consumo di oltre 2 miliardi.

Oggi sono 221 i punti vendita in Italia, distinti in Famila, Famila Superstore e IperFamila, e i numeri registrati in questa prima parte dell'anno - in controtendenza con la media del mercato - incoraggiano a spingersi verso nuovi traguardi.

Famila conquista infatti un **+1,5%** a parità di rete, un dato alla settimana 18 che fa ben sperare soprattutto se raffrontato con il mercato che è invece negativo.

Investimenti in aperture e ristrutturazioni, nuovi servizi. Tra questi **l'avvio ufficiale ieri del servizio di ritiro della spesa online** fatta sul portale **Cosicomodo.it**: ai primi due punti vendita ne seguiranno tanti altri.

E ancora la costante ricerca di assortimenti in linea con i bisogni emergenti e la formazione. Ecco, in sintesi, i temi caldi del biennio 2018/2019.

Insegna vincente anche nello sport, domenica scorsa il **Famila Wuber Schio** ha vinto il **nono scudetto del campionato italiano di basket femminile 2017-2018**. Un'ennesima vittoria motivo di grandi soddisfazioni anche per il suo Presidente, il Cavaliere Marcello Cestaro.



Ma anche la comunicazione è un canale fondamentale, come dimostrano le campagne adv in progress. Per Stefano Gambolò, Direttore Marketing Gruppo Selex *“Il mezzo ideale per Famila è da sempre la radio, e su questa linea proseguiamo con una pianificazione sulle principali emittenti nazionali con un nuovo spot, in cui la relazione e l’esperienza d’acquisto dei clienti rappresentano i valori vincenti dell’insegna”*.

Famila

Famila è una delle insegne più conosciute e apprezzate della distribuzione moderna nazionale. Presente in Italia dal lontano 1984, quando venne concessa a Selex Gruppo Commerciale dalla Centrale Famila di Heidelberg, in Germania. Oggi è diffusa in tutta la Penisola, con 221 tra supermercati, superstore e ipermercati.

Il Gruppo Selex

Con 14 Imprese Associate, Selex, **terzo Gruppo della distribuzione** moderna con una quota di mercato dell'11,7%, è presente in tutta Italia con una rete commerciale formata da 2.542 punti di vendita e un organico di oltre 31.000 addetti.

Nel 2017 il fatturato ha raggiunto 10,7 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 11,2 miliardi.

Selex Gruppo Commerciale fa parte della centrale d’acquisto ESD Italia, partner della centrale EMD, leader in Europa.

Relazioni esterne e Ufficio Stampa Gruppo Selex:

Viola Violi

viola.violi@vivincomunicazione.it - 347 2822878

