



SELEX: “L’ossessione per la qualità”

L’obiettivo a fine 2022 per le Marche del Distributore è il +5%

Trezzano sul Naviglio (MI), 11 aprile 2022 – In un anno incerto e difficile per disponibilità e inflazione delle materie prime e della spesa alimentare, SELEX investe ancora di più sulla qualità, rafforzando il suo programma di verifica con le famiglie del Paese.

Ricerche, confronti, test sull’offerta a Marca del Distributore sono all’ordine del giorno per il secondo *player* della distribuzione moderna nazionale che oggi punta ancora di più sui suoi consumatori.

*«Abbiamo la necessità di ascoltarli oggi più che mai e avere il loro giudizio senza sia in alcun modo filtrato, solo così possiamo continuare a migliorare – dice **Luca Vaccaro, Direttore Marche del Distributore** – Da qui è stato rafforzato il programma che coinvolge un nutrito paniere di consumatori in tutta Italia e mira a valutare le nostre referenze del canale retail, dai marchi base, alle linee specialistiche ai marchi di fantasia. Attraverso un confronto “blind” con il leader di categoria possiamo identificare le aree di miglioramento o valorizzare i nostri punti di forza».*

Le famiglie coinvolte ricevono i prodotti direttamente a casa e li recensiscono scevri da qualsiasi condizionamento di marca e prezzo. Ogni referenza appartenente alle MdD SELEX (Selex, Consilia, Vale, Il Gigante) viene messa in discussione. Quest’anno il piano sarà ancora più articolato perché per ognuna delle 40 categorie in test ci sarà un *match* fra i prodotti del Gruppo e il leader industria di marca, o un’altra marca del Distributore e il perimetro è stato allargato ai *discount*.

Saranno prese in esame tutte le categorie alimentari, compresi i freschi e i surgelati, così come la detergenza casa e l’igiene della persona. Gli esiti porteranno a mantenere o modificare quelle che non raggiungono lo standard qualitativo necessario.

Entro la fine del 2022 si arriverà a 1330 prodotti valutati da oltre 9.500 consumatori dall’avvio del programma.

“Si potrebbe pensare che siamo ossessionati dalla qualità ma la verità è che se oggi i numeri raggiunti in termine di vendite sono così incoraggianti è grazie all’attività che è stata fatta fino ad oggi e che verrà ulteriormente ottimizzata nei prossimi due anni” prosegue **Vaccaro**.

E’ partito infatti il progetto di convergenza tra i 4 marchi del Gruppo Selex che rappresentano circa il 90% del giro d’affari e coinvolgono circa 500 produttori e fornitori (oltre il 95% dei quali italiani) per un totale di 7.400 referenze totali.

“L’obiettivo a fine anno è ambizioso, vogliamo mantenere l’andamento di crescita del 2021 e per farlo dobbiamo lavorare ancora meglio considerando lo scenario socio-economico che stiamo attraversando” conclude **Luca Vaccaro**.

Il Gruppo vuole raggiungere a **fine 2022 una crescita del +5%** per le Marche del Distributore che lo scorso anno avevano registrato un fatturato alla vendita di 1,5 miliardi €. Per farlo non si può che fare un passo avanti in ogni direzione: verso **la qualità, lo sviluppo sostenibile, il rispetto del potere di acquisto delle famiglie.**

SELEX Gruppo Commerciale

Nato nel 1964 come Unione Volontaria A&O, Selex è il secondo Gruppo della distribuzione moderna italiana con una quota di mercato del 14,5% (*Iper + Super + Superettes + Discount*). Costituito da 18 Imprese Associate, ha una rete commerciale formata da circa 3.230 punti di vendita con un'elevata pluralità di formati, dai *superstore* ai *discount*. 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. L'organico è di oltre 41.000 addetti.

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 Selex Gruppo Commerciale:

VIOLA VIOLI

viola.violi@vivincomunicazione.it – T. 347 2822878