



NASCE SELEX MEDIA

**la prima grande piattaforma proprietaria e indipendente di Retail Media
della grande distribuzione organizzata italiana**

Gruppo Selex lancia la sua concessionaria media che promette di valorizzare punti di vendita, properties digitali e data insight a vantaggio delle strategie di comunicazione dei brand del largo consumo e non solo.

Milano, 16 giugno 2025 – Selex Gruppo Commerciale lancia **Selex Media**, una soluzione unica ad oggi nel panorama nazionale che punta a diventare fondamentale nei piani di investimento media dei brand, grazie ad un ecosistema di canali proprietari instore (digital signage, radio) e digitali (siti e app), che permetterà di dialogare con 15,5 milioni di famiglie italiane nei luoghi fisici e digitali del Gruppo dove trovano risposta le loro intenzioni d'acquisto (fonte Panel Consumer Nielsen IQ 2024).

UN PRIMATO ASSOLUTO NEL PANORAMA NAZIONALE

Selex Media rappresenta un unicum nel mercato italiano: una soluzione **end-to-end proprietaria e indipendente**, progettata con **la partnership strategica e tecnologica di Accenture**.

Selex Media, coerentemente con i progetti di maggiore successo internazionali, ha scelto una strada innovativa, creando un ecosistema tecnologico sviluppato in house, che si avvale delle soluzioni più avanzate per la vendita e la gestione di inventari pubblicitari multicanale.

*"Il Retail Media negli USA e nel Nord-Europa è prossimo a divenire il canale media più importante nel panorama degli investimenti pubblicitari", dichiara **Massimo Baggi, Direttore Marketing di Gruppo Selex** "Con Selex Media puntiamo a unire negozi fisici e touchpoint digitali in un'unica strategia di relazione con i nostri Clienti, volta alla comprensione delle loro preferenze ed alla personalizzazione della comunicazione, grazie al Valore delle informazioni sui comportamenti d'acquisto che possediamo; il nostro obiettivo è amplificare la visibilità e le performance dei Brand italiani sui nostri canali di vendita e comunicazione, posizionati davvero a pochi metri dalla decisione d'acquisto".*

Per raggiungere questi obiettivi Selex Media ha acquisito dal mercato competenze verticali tecnologiche e commerciali: gestirà direttamente i processi di vendita, analisi e misurazione delle campagne, attraverso strumenti innovativi di pianificazione media e business intelligence, per offrire semplicità di lettura e massima utilità in termini di efficacia agli investitori.

SELEX MEDIA: UN NETWORK NAZIONALE CON NUMERI DA PRIMATO

I numeri del progetto sono ambiziosi e saranno a copertura nazionale fin da subito: già a fine 2025 sono previsti **350 punti vendita attivi** per il digital signage **con più di 5.000 schermi attivi**;



nel 2027 si punta a raggiungere i **1.200 punti vendita**, con una rete di quasi **20.000 schermi attivi** e un palinsesto audio-radio instore dedicato sul medesimo numero di negozi. Una crescita che porterà Selex Media a gestire un'audience di **565 milioni di visite annuali** in-store e ad offrire digitalmente ulteriori **80 milioni** di visite digitali profilabili su tutti i siti e le app del Gruppo. Una Reach di riferimento sul mercato pubblicitario paragonabile ai più importanti editori nazionali, ma con una caratteristica unica: raggiungere il proprio target di riferimento nel luogo e nel momento in cui avviene l'acquisto.

*“Per le Imprese Socie del Gruppo” afferma **Maniele Tasca, Direttore Generale di Gruppo Selex**, “il Retail media è da una parte, un impegno economico rilevante per gli investimenti in strumenti tecnologici e touch point che stiamo facendo, dall'altra, una grande opportunità per innovare le modalità di collaborazione con i nostri partner fornitori, per i quali oltre che un canale di vendita, saremo sempre di più un canale di contatto e conoscenza dei Clienti”.*

UN'OFFERTA INTEGRATA SU CINQUE ASSET MEDIA

Selex Media si articola su cinque asset Media che coprono da subito l'intero customer journey del cliente:

- **IN-STORE** – Digital Signage con schermi posizionati in punti strategici per alta visibilità e impatto diretto sulle vendite, che intercettano 5,4 milioni di consumatori ogni 15 giorni nel 2025. La Radio Instore assicura inoltre alta copertura su tutto il traffico, raggiungendo circa 18 milioni di individui ogni 15 giorni, con una audience comparabile alle principali radio nazionali.
- **DIGITAL ONSITE** – Formati pubblicitari su 18 canali digitali proprietari (piattaforma e-commerce CosìComodo.it, siti insegne, volantino digitale e mobile app) altamente rilevanti durante il processo d'acquisto online che generano 10 milioni di impression ogni 15 giorni.
- **CRM** – Sarà possibile affiancare alle campagne media, azioni personalizzate di CRM, profilando segmenti potenziali all'interno dei 9 milioni di Clienti loyalty attivi del Gruppo, contattandoli attraverso i tipici canali di CRM (DEM, SMS, Push, Coupon In-App ecc.).
- **DATA INSIGHT** – Analisi delle performance media e di vendita dei prodotti oggetto delle campagne Selex Media ma anche dei risultati ottenuti sulle audience coinvolte, con la possibilità di definire approfondimenti ad-hoc sui comportamenti d'acquisto generati.
- **OFF-SITE (dal 2026)** – Pubblicità su canali esterni (social media, siti terzi, DOOH-CTV) indirizzata ai target di clienti Selex per ampliare significativamente la visibilità del brand.

PARTNERSHIP STRATEGICA E INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Selex Media nasce da una visione condivisa del Gruppo **Selex ed Accenture** sull'evoluzione e sulle potenzialità del Retail Media in Italia, che ha portato ad una **partnership di business di lungo periodo**.

Accenture ha affiancato fin da subito il Gruppo Selex nella definizione della strategia, nella selezione tecnologica dell'infrastruttura e nell'implementazione di una piattaforma sviluppata



interamente in-house e nel disegno dei processi organizzativi, commerciali e operativi della nuova divisione Selex Media.

ROADMAP E PROSPETTIVE

Il piano di sviluppo prevede un'attivazione graduale: fase **Test&Learn** (maggio-agosto 2025) con brand selezionati, seguita dal **roll-out commerciale** completo da settembre 2025.

Il Retail Media nella grande distribuzione italiana comincia oggi: Selex Media ridefinisce le regole del gioco, offrendo ai brand strumenti di comunicazione all'avanguardia e performance misurabili relative al momento e al luogo più importante del processo d'acquisto: il Negozio!

SELEX Gruppo Commerciale

Nato nel 1964 come Unione Volontaria A&O, Selex è il primo gruppo della distribuzione moderna organizzata italiana, con una quota di mercato del 15,6% (fonte GNLC NielsenIQ Iper + Super + Superettes + Discount). Costituito da 18 Imprese Socie, ha una rete commerciale formata da 3.328 punti di vendita con un'elevata pluralità di formati, dai superstore ai discount. Le insegne con diffusione nazionale 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 42.600 addetti.

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

www.selexgc.it

Ufficio Stampa Selex Gruppo Commerciale:

AD MIRABILIA

Tel. +39 02 4382191

Email: grupposelex@admirabilia.it

Contatti:

Fulvia Concetti | 348 5457226

Roberta Guarragi | 348 2887674