



**LE PRIVATE LABELS DI SELEX CRESCONO ANCORA:
+6% E NEL 2020 IL FATTURATO ALLA VENDITA SUPERERÀ 1 MILIARDO €**

Nel 2020 gli investimenti del Gruppo saranno focalizzati sul miglioramento della qualità della filiera e delle materie prime

Trezzano sul Naviglio (MI), 14 gennaio 2020 - **Selex Gruppo Commerciale** sarà a Marca, il più importante evento dedicato alle *private labels* (Bologna, 15-16 gennaio) per presentare le novità 2020 e, con l'occasione, comunica i risultati raggiunti.

Anche nel 2019 le marche private del terzo Gruppo della distribuzione moderna nazionale hanno registrato una crescita al di là delle aspettative: **+6% rispetto 2018**, con un fatturato alla vendita di circa **950 milioni di euro**.

Un risultato importante, frutto di un piano strategico che aveva come focus l'ampliamento delle linee specialistiche e il miglioramento della qualità.

«L'obiettivo che ci eravamo posti all'inizio dello scorso anno era quello di sviluppare gli assortimenti delle marche garantendo una qualità sempre più riconoscibile - racconta **Luca Vaccaro**, Direttore MdD Selex Gruppo Commerciale - Abbiamo lavorato su 500 referenze, tra nuovi lanci e rivisitazione dei capitolati, e i risultati sono premianti. All'interno delle categorie ove compete la marca privata ha incrementato la quota superando il 30% in alcune regioni».

Sono circa 2.300 i punti vendita del Gruppo in Italia all'interno dei quali poter scegliere fra oltre 5.000 referenze sotto i marchi *Selex, Vale, il Gigante, Sù, Vanto*.

Un'offerta tanto ricca quanto differenziata che risponde ai trend di consumo più attuali.

Dai segmenti base all'alto di gamma (con *Saper di Saperi, Val Or, Premiati Il Gigante*), il salustico e il biologico (*Natura Chiama Selex* e *La Natura Vale*, che registrano crescita a doppia cifra), i "senza glutine" e Vegetale 100%, la prima infanzia, l'igiene e il benessere, la casa ecologica, ogni linea vive attraverso un'immagine sempre più impressa nella mente dei consumatori perché sinonimo di bontà e competitività.

Invitato come relatore al Convegno di apertura di Marca organizzato con The European House–Ambrosetti, **Maniele Tasca**, Direttore Generale Selex Gruppo Commerciale, commenta: «Il rapporto qualità-prezzo è certamente un fattore determinante nel processo di acquisto, ma i Clienti Selex sono sempre più attenti alla certificazione della provenienza e della produzione che noi forniamo grazie ad un sistema di controllo della filiera, nel rispetto dell'ambiente».

Il Gruppo ha avviato un progetto di sostenibilità che, attraverso linee guida e un monitoraggio dei passaggi, mette in atto comportamenti sostenibili e cerca di contribuire all'educazione al consumo. «Il 2020 è un anno di compimento delle attività intraprese - prosegue **Tasca** - Entro la fine dell'anno tutti i fornitori del Gruppo dovranno essere iscritti al **Protocollo del Lavoro Agricolo di Qualità** e massimizzare l'utilizzo di ingredienti italiani che rimane una costante per Selex.

*Inoltre abbiamo avviato un percorso di ottimizzazione del packaging in logica sostenibile e appena concluso un accordo con **Università Cattolica ALTIS** per contribuire all'educazione alimentare ed alla riduzione degli sprechi».*

Le novità di prodotto in fase di lancio, già dal mese di gennaio, vanno nella direzione intrapresa.

Rispetto ai comparti merceologici, nel freschissimo ci sarà un ampliamento dei “**senza antibiotici**”. Uova di gallina e Carne di pollo provenienti da allevamenti nei quali è bandito l'utilizzo di antibiotici fin dalla nascita e tracciate da filiera di qualità controllata.

Nel segmento casa arriverà una **linea monouso sostenibile**, in materiale compostabile: comprenderà tutta la gamma di elementi per la tavola.

Perché innovare, rispettando l'ambiente, si può.

Anche per quest'anno sono previsti oltre **420 lanci**, in gran parte concentrati sulle linee specialistiche: alto di gamma, bio e salutistico.

L'obiettivo di crescita per le **Marche del Distributore** è ambizioso: **+50% di fatturato alla vendita entro il 2025**.

E se la strada sembra essere giusta bisogna fare molto, senza perdere di vista la comunità in cui si opera e il ruolo che una realtà come Selex deve svolgere.

SELEX Gruppo Commerciale

Nato nel 1964 come Unione Volontaria A&O è il terzo Gruppo della distribuzione moderna nazionale con una quota di mercato del 9,7% (Iper + Super + Superettes + Discount + Drug). Costituito da 12 Imprese Associate, il Gruppo ha una rete commerciale formata da circa 2.300 punti di vendita in 90 province e un organico di oltre 31.000 addetti.

Nel 2019 il fatturato ha raggiunto 11,1 miliardi di euro con un incremento del +4,2%.

Il 2020 dovrebbe registrare un'ulteriore crescita del + 4,0%.

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 leader europea EMD.

www.selexgc.it

Relazioni esterne e Ufficio Stampa Selex Gruppo Commerciale:
Viola Violi – viola.violi@vivincomunicazione.it – T. 347 2822878