

## **UN FRENO ALL'INFLAZIONE E AL CARO SPESA:**

### **RIPARTE LA CAMPAGNA "SPESA DIFESA" DEL GRUPPO SELEX A PROTEZIONE DEL CARRELLO DEGLI ITALIANI**

Dall'8 marzo il brillante sequel della campagna pubblicitaria arriva in tv e promette più valore e qualità nel carrello della spesa degli italiani

Milano, 9 marzo 2023 – In un contesto economico contraddistinto da una forte inflazione, con un rialzo dei prezzi di beni alimentari a doppia cifra (+13,6% gennaio 2023 iper+super, fonte IRI), [Gruppo Selex](#), secondo player della distribuzione moderna nazionale, torna con una nuova stagione della campagna "Spesa Difesa", lanciata nel 2022, dedicata ai prodotti a marchio SELEX.

Un'iniziativa tangibile che testimonia la volontà di **difendere il potere d'acquisto delle famiglie**, in linea con le preoccupazioni e le richieste degli italiani. Come emerso, infatti, dall'ultimo report dell'Osservatorio Civic Brands di Ipsos (marzo 2023), ben il 79% dei consumatori intervistati si aspetta che le aziende si impegnino concretamente per porre un freno al continuo incremento dei prezzi.



Protagonista del [nuovo spot](#) è il **SuperEroe Spesa Difesa**, caratterizzato dall'iconico scudo marchiato Selex. All'interno della rappresentazione il Supereroe si batte contro il terribile Dottor Inflazione per proteggere il carrello della spesa dal caro vita. Nella lotta, lo scudo diventa il simbolo dell'ampia **gamma di prodotti a marchio Selex: 3.500 referenze** con le quali il Gruppo garantisce di difendere il potere d'acquisto dei propri Clienti, proteggendo il loro carrello della spesa in termini di convenienza e qualità.

Un rinnovato impegno verso il consumatore che per Selex e i suoi Imprenditori è da sempre una priorità: *"Stiamo agendo su diversi fronti per contrastare l'inflazione"*, dichiara **Maniele Tasca, Direttore Generale del Gruppo SELEX**. *"La nostra priorità è garantire ai nostri clienti prodotti di qualità a prezzi vantaggiosi, preservando la competitività delle nostre insegne e delle marche del distributore. Le nostre Imprese Socie si stanno impegnando a contenere i costi attraverso una supply chain efficiente e una serrata negoziazione con i fornitori per limitare gli aumenti dei costi dei prodotti e dei servizi. Il nostro obiettivo principale è sempre quello di assicurare la soddisfazione del cliente"*.

La Marca del Distributore SELEX continua così ad avere un ruolo centrale all'interno della strategia del Gruppo e preserva la sua presenza su tutti i principali canali di comunicazione attraverso la **campagna Spesa Difesa**. Lanciata ad inizio 2022, questo progetto ha l'obiettivo di rafforzare il posizionamento del brand come "difensore" del potere d'acquisto dei consumatori italiani con un nuovo brillante spot.

*"Abbiamo scelto di rappresentare il nostro impegno contro il rincaro dei prezzi con un nuovo spot divertente che, sdrammatizzando a livello di racconto un tema più che mai serio ed attuale, si pone l'obiettivo di*



*trasmettere quanto sia importante per noi difendere il valore del carrello dei nostri Clienti, attraverso i nostri prodotti a marchio SELEX, 3.500 referenze pensate e selezionate secondo 4 importanti valori: qualità, convenienza, italianità e sostenibilità!" spiega Massimo Baggi, Direttore Marketing di Gruppo Selex.*

*"Forti del successo della prima wave di campagna", conclude "stiamo già lavorando ad un'evoluzione che arricchirà la saga di Spesa Difesa con nuovi personaggi e villain".*

La campagna "Spesa Difesa" del Gruppo Selex debutta l'8 marzo con il nuovo spot televisivo, diretto da Roberto Cinardi, già regista di serie TV di successo e con la creatività di Different. Il sequel sarà on air nei prossimi mesi sulle principali reti televisive; il piano media prevede anche una versione radio per la quale è stata prevista una massiccia presenza sul canale e una pianificazione specifica su tutti i principali canali digital.

[QUI](#) il link al nuovo spot Spesa Difesa

#### **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 14,7% (Iper + Super + Superettes + Discount). Costituito da 18 Imprese Associate, ha una rete commerciale formata da circa 3.202 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](http://www.selexgc.it)

**PR & PRESS: AD MIRABILIA**

Tel. +39 02 4382191

E-mail: [grupposelex@admirabilia.it](mailto:grupposelex@admirabilia.it)

Contatto: Roberta Guarragi | 348 2887674