



**CRESCITA A DOPPIA CIFRA PER LE MARCHE DEL DISTRIBUTORE
DEL GRUPPO SELEX
PRESENTI ALLA 19ª EDIZIONE DI MARCA BY BOLOGNAFIERE**

- **1.6 miliardi di euro di fatturato** delle MdD nel 2022 con un **+10% di aumento del fatturato** rispetto all'anno precedente
- Rilancio della linea **Vivi Bene Senza Glutine**
- Progetto **Sostenibilità 2023**: attestazione e verifica dei risultati del programma da parte di Bureau Veritas

Milano, 17 Gennaio 2023 - Continua la crescita per il secondo player della distribuzione moderna nazionale che conclude il 2022 con un trend più che positivo per le **Marche del Distributore del Gruppo SELEX: +10% rispetto all'anno precedente e un fatturato alla vendita superiore a 1.6 mld di euro.**

Dati estremamente incoraggianti con i quali il Gruppo si presenta alla 19ª edizione di **Marca by BolognaFiere**, il principale appuntamento italiano dedicato alla marca del distributore, che si tiene a Bologna i prossimi **18 e 19 gennaio.**

Molte le novità presentate in anteprima al Salone. Tra le più importanti il **rilancio della linea Vivi Bene Senza Glutine**, interamente dedicato ad alimenti *gluten free* e pensato per offrire una proposta di qualità a clienti con esigenze specifiche. Un'ampia gamma di prodotti, approvati dal Ministero della Salute e certificati AIC (Associazione Italiana Celiachia). Previsto a scaffale tra marzo e aprile, **Vivi Bene Senza Glutine** rappresenta un asset strategico di primaria importanza perché **disponibile a tutte le imprese Socie del Gruppo.**

Come afferma **Luca Vaccaro, Direttore MdD del Gruppo SELEX**: *"Il rilancio prevede una nuova immagine grafica e un ampliamento dell'assortimento. Una linea di prodotti Senza Glutine progettata secondo i più severi parametri sanitari, in grado di rappresentare un'offerta appetibile e sicura per nostri clienti, un'opportunità di sviluppo sia per i nostri Soci sia per i nostri fornitori"*.

Tra le iniziative del Gruppo spiccano anche le azioni di **restyling**. Una nuova veste grafica della linea alto di gamma del marchio Selex, **Saper di Sapori**, comunicherà in maniera ancora più efficace la qualità delle materie prime selezionate e l'originalità dei prodotti DOP utilizzati. Si concluderà nell'anno in corso anche l'intervento di restyling del marchio **Consilia** che ha avuto l'obiettivo di rinnovare l'attenzione dei clienti sulle circa 2000 referenze che compongono l'assortimento del brand.

Nel 2023 il brand **Selex**, rappresentato da circa 3.000 referenze suddivise tra marchio base e linee specialistiche, continuerà la sua presenza sui principali canali di comunicazione attraverso la **campagna Spesa Difesa**, lanciata ad inizio 2022 e mantenuta on air durante tutto l'arco del medesimo anno. I prossimi mesi vedranno l'uscita dei nuovi spot Tv e radio, contestualizzati all'interno di un importante piano media che comprenderà anche un'importante visibilità digitale, che punterà a rafforzare il posizionamento del brand come "difensore" del potere d'acquisto dei consumatori italiani di fronte alla spinta inflattiva e ai conseguenti rincari verificatisi sul mercato di riferimento negli ultimi 12 mesi.

Prosegue inoltre l'impegno del Gruppo nel programma **Revisione e Convergenza**. *"Il nostro obiettivo"* spiega **Vaccaro** *"è verificare e ottimizzare gli standard dei prodotti a marchio Selex, Vale, Consilia e Il Gigante secondo alcuni parametri condivisi in termini di capitolati, assortimenti, formati, condizioni commerciali e servizi logistici"*.

Un focus speciale sarà riservato al potenziamento delle **linee premium nelle categorie ortofrutta, banco gastronomia e macelleria** così da garantire un'offerta ancora più ampia e qualificata, in grado di soddisfare gli stili di consumo più contemporanei.

Al centro delle strategie di quest'anno il programma pluriennale di **Sostenibilità delle Marche del Distributore del Gruppo SELEX**. Dal 2020, infatti, il Gruppo ha intrapreso un percorso orientato a una sempre



maggior tracciabilità e trasparenza della filiera, alla valorizzazione della qualità degli ingredienti, al rispetto per l'ambiente, all'educazione alimentare e alla promozione di comportamenti sostenibili. Un impegno che nel 2022 ha raggiunto un importante traguardo: **oltre 1500 tons di imballi ottimizzati**. Una cifra considerevole che Il Gruppo punta ad aumentare sensibilmente con il nuovo anno.

Nel 2023 inoltre, le attività del programma sulla Sostenibilità della MdD saranno rese ancora più tangibili dalla "**Carta degli Impegni**": un documento verificato da Bureau Veritas che sancirà le aree di intervento e le misure chiave intraprese in termini di Sostenibilità Ambientale e di Responsabilità Sociale di Impresa.

*"Il 2022 ha visto le imprese del gruppo SELEX impegnate nel contenimento dell'inflazione a difesa del potere d'acquisto dei nostri Clienti e le MdD hanno avuto un ruolo centrale in questa strategia" dichiara **Maniele Tasca, Direttore Generale del Gruppo SELEX** "Nel 2023 confermiamo che gli investimenti saranno concentrati soprattutto sulle MdD, per continuare ad offrire un carrello conveniente".*

SELEX Gruppo Commerciale sarà presente a Marca presso il padiglione 21, stand B/49 e C/48.

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

Ufficio stampa e Media Relation:

AD MIRABILIA

Tel. +39 02 4382191 Email: grupposelex@admirabilia.it

Contatto: Roberta Guarragi | 348 2887674