



SELEX INVESTE NELLE MARCHE DEL DISTRIBUTORE

Il trend positivo, con un +5% nel 2018, porta il Gruppo ad investire in nuove linee e segmenti.

Cardini della strategia di sviluppo 2019 sono QUALITA' e SICUREZZA dell'offerta.

Trezzano sul Naviglio, MI, 14 gennaio 2019 - In occasione della partecipazione a Marca 2019, Bologna (16-17 gennaio), SELEX fa il punto sull'andamento delle Marche del Distributore del terzo Gruppo della distribuzione moderna nazionale e presenta le maggiori novità di questo nuovo anno.

Il 2018 si è chiuso con un fatturato alla vendita di **890 milioni di euro e una crescita del +5%** rispetto all'anno precedente. Numeri significativi, che spiegano come le *private labels* rappresentino uno dei punti cardini della strategia di sviluppo del Gruppo anche per il 2019. Parole d'ordine: qualità e sicurezza.

"I risultati ottenuti sono frutto di un lavoro iniziato alcuni anni fa per elevare ulteriormente la qualità dei prodotti e ampliare gli assortimenti, soprattutto delle linee premium e specialistiche con l'obiettivo di intercettare i nuovi trend di consumo" ha dichiarato **Luca Vaccaro, Direttore MdD di Selex**.

Oggi sotto i marchi del Gruppo, ovvero **Selex – Vale – il Gigante**, ci sono oltre 5.400 referenze.

Un assortimento ampio e articolato, linee e segmentazioni che vanno incontro alle esigenze contemporanee. Con **Selex** e **Vale** (brand utilizzato dai Soci del Gruppo che operano in aree di sovrapposizione territoriale), il Gruppo offre ai clienti la possibilità di scegliere liberamente dai segmenti base all'alto di gamma, al biologico, al salutistico, alla prima infanzia. Ogni linea ha un suo marchio che oggi è cercato e scelto dai Clienti perché sinonimo di valore, di sicurezza e convenienza.

Ottimi risultati di vendita sono quelli registrati dalle linee *Saper di Saperi* e *le Vie dell'Uva*, che registrano incrementi annui di oltre il **30%**.

Negli ultimi due anni sono state ampliate le linee specialistiche, con particolare attenzione al biologico e al salutistico che crescono a doppia cifra, oltre alla linea "senza glutine" e alla linea Vegetale 100%.

"Mettiamo la qualità dei nostri prodotti al centro delle scelte che facciamo, e il fatto che nelle categorie in cui è presente la quota media a valore della MdD di Selex raggiunga picchi di oltre il 26% tra alcune delle nostre Imprese associate, è la conferma dell'apprezzamento dei consumatori" per Luca Vaccaro.

A Bologna Selex anticipa alcuni **lanci importanti del 2019**.

Il primo riguarda la nascita di una linea Ecologica per la pulizia delle casa, 7 referenze certificate Ecolabel che saranno a scaffale già a fine gennaio sotto **Natura Chiama Selex** e **La Natura Vale**.

La seconda novità è **Armonia & Benessere BIO**, una gamma di prodotti per l'igiene della persona, per chi vuole prendersi cura di sé con prodotti naturali certificati Bios. Infine l'esordio di una **linea di monouso sostenibile**, in materiale compostabile. Perché innovare, rispettando l'ambiente, equivale a crescere.

“La sfida è continua, dobbiamo essere distintivi nelle nostre proposte tenendo sempre presente l'elemento fondamentale del giusto prezzo” commenta **Maniele Tasca, Direttore Generale Selex** *“E' un impegno quotidiano che sta portando buoni risultati, anche tenuto conto dell'andamento medio dei mercati”*.

Tasca parlerà in maniera più approfondita di competitività e sviluppo in occasione della **Tavola Rotonda** organizzata a Marca nella mattina del 16 gennaio da ADM in collaborazione con The European House – Ambrosetti **sul tema della qualità e della sicurezza**: *“Per noi la sicurezza è un punto fondamentale nel processo di selezione e offerta della MdD, i controlli sulla tracciabilità, le certificazioni, i test che facciamo ci consentono il mantenimento di una promessa di qualità”* conclude.

Un contributo importante per il miglioramento continuo delle MdD del Gruppo è anche il programma *“Shopping Bag”*, un percorso continuativo di test e assaggi su centinaia di prodotti effettuati da un campione di famiglie rappresentative della popolazione: un elemento che avvalora e caratterizza le scelte di gamma.

Selezione, capacità di evolvere e innovare ma restando in ascolto. Delle persone, dei territori nei quali le 12 Imprese operano, realtà fortemente radicate nelle regioni in cui sono nate e cresciute e che rappresentano l'economia e la forza del Gruppo. Oltre il 90% dei fornitori sono italiani, oltre il 95% se si considerano i soli prodotti alimentari e sono più di 110 le referenze con certificazione d'origine (DOC; DOP; DOCG).

Coltivare e valorizzare le potenzialità del Paese rispettandone i ritmi e le peculiarità. Da qui si va avanti.

Il Gruppo Selex

Selex è il terzo Gruppo della distribuzione moderna nazionale con una quota di mercato dell'10.5%. Costituito da 12 Imprese Associate il Gruppo ha una rete commerciale formata da circa 2.300 punti di vendita e un organico di oltre 31.000 addetti.

Nel 2018 il fatturato ha raggiunto 10,95 miliardi di euro con un incremento del + 4.3%.

Nel 2019 è prevista un'ulteriore crescita del 4.1% grazie anche all'ambizioso programma di sviluppo dei canali di vendita con nuove aperture e ristrutturazioni (182 in totale), per investimenti complessivi pari a 320 milioni €.

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