GRUPPO SELEX: CRESCE IL FATTURATO E LA QUOTA DI MERCATO

GRUPPO SELEX: CRESCE IL FATTURATO E LA QUOTA DI MERCATO

220 milioni di investimento per il 2014: nuove aperture e nuovi posti di lavoro

(Trezzano S/N, Milano, 2 dicembre 2013) – Mentre il mercato del largo consumo risente ancora della crisi facendo segnare nel largo consumo una flessione dello 0,9% nei primi 10 mesi del 2013 (*dati Nielsen*), il gruppo Selex aumenta il proprio fatturato del 3% nello stesso periodo, conquistando il 10,4% della quota di mercato (+ 0,3 punti % rispetto allo stesso periodo del 2012) e confermandosi terzo distributore nazionale *(in allegato la classifica Gdo compilata da IRI).*

I dati sono stati presentati nella Assemblea Generale del Gruppo Commerciale Selex (Famila e A&O le insegne nazionali) tenutasi a Milano nel fine settimana, cui hanno partecipato gli imprenditori delle 18 Imprese associate.

La buona performance dei primi 10 mesi del 2013 fa ritenere che la crescita possa proseguire negli ultimi mesi dell'anno e nel 2014. Le previsioni per il prossimo anno sono quelle di un fatturato di 9.180 milioni di euro, con un aumento del 3,2% sull'anno precedente. Gli investimenti sulla rete per il 2014 sono particolarmente consistenti, 220 milioni di euro, e riguardano l'apertura di 58 nuove unità e l'ammodernamento di 61 punti di vendita. E' inoltre previsto l'inserimento di 1.100 nuovi addetti.

Una crescita che, assieme all'arrivo di un nuovo socio (G.M. Superconti), consentirà di celebrare al meglio i 50 anni di attività del Gruppo Selex nel marzo del 2014.

"I valori ed i principi guida definiti cinquanta anni fa – ha detto **Dario Brendolan, Presidente del Gruppo Selex**– *ci hanno consentito di crescere fino a divenire il terzo player nazionale della distribuzione, con una rete di vendita di 2.595 negozi su tutto il territorio nazionale. In questi anni non facili stiamo continuando ad investire, offriamo nuovi posti di lavoro e, soprattutto, siamo impegnati quotidianamente a difendere il potere d'acquisto dei nostri clienti attraverso convenienza e prezzi stabili " .*

Le scelte strategiche che sono alla base dei risultati di Selex sono state illustrate in Assemblea da **Maniele Tasca, Direttore Generale del Gruppo Selex**: *"Lavoriamo per incrementare la distintività della nostra offerta e per fidelizzare i clienti alle nostre insegne, offrendo loro la migliore convenienza possibile senza rinunciare alla qualità di prodotti e servizi. In questo percorso s'inserisce la costante ricerca di efficienza, la volontà di avere rapporti con i nostri fornitori sempre più orientati alla partnership e la forte spinta allo sviluppo dei prodotti a nostro marchio che, anche nell'ultimo anno, hanno avuto un grande successo di vendita".*

Riccardo Francioni, Procuratore Generale del Gruppo Selex, ha ricordato le radici di Selex: *"E' inevitabile tornare con la mente a quei giorni del 1964 quando il Gruppo Selex ha mosso i primi passi allorché un gruppo di grossisti alimentari creò l'Unione volontaria A&O italiana ed iniziò ad aprire moderni punti di vendita. Erano i primi passi della distribuzione organizzata del nostro Paese e da allora abbiamo fatto tanta strada. Ma il nostro obiettivo è rimasto, come allora, quello di garantire ai nostri clienti prodotti di qualità al miglior prezzo possibile, e cerchiamo di perseguirlo con passione e professionalità ogni giorno".*

Milioni di consumatori si rivolgono ogni giorno alla rete di vendita del Gruppo Selex, caratterizzata da 18 imprese associate che, oltre alle insegne nazionali già citate, operano con diverse insegne regionali. Nei giorni scorsi è stato annunciato l'ingresso nel Gruppo Selex, a partire dal 2014, di **"Grandi Magazzini Superconti Spa**", con sede a Terni e 31 supermercati in Umbria, Marche e Lazio, per un totale di 30 mila mq di superficie di vendita. Grande la soddisfazione del titolare, **Federico Conti**: *"Associandoci ad un Gruppo come Selex, che ha dimostrato con i fatti di saper valorizzare le catene regionali, siamo convinti di aver fatto la scelta giusta per continuare a crescere e a soddisfare le esigenze dei nostri clienti nel prossimo futuro".*

Strategiche sono le alleanze del Gruppo Selex con ESD Italia e con il network internazionale EMD – European Marketing Distribution, leader di fatturato tra le aggregazioni commerciali europee.