

# **Italia. Si è tenuta oggi l'Assemblea generale del Gruppo distributivo Selex, presso la sede centrale a Trezzano sul Naviglio (Milano), in cui sono stati presentati il Consuntivo 2010 e il programma 2011.**

300 MILIONI DI INVESTIMENTI NEL 2011  
PER NUOVI SUPERMERCATI E RISTRUTTURAZIONI

(Trezzano S/N, Milano, 26 novembre 2010) — Si è tenuta oggi l'Assemblea generale del Gruppo distributivo Selex, presso la sede centrale a Trezzano sul Naviglio (Milano), in cui sono stati presentati il Consuntivo 2010 e il programma 2011.

Rafforzare il legame con i clienti, modellando sempre più l'offerta alle specificità locali e tenendo conto delle reali esigenze dei consumatori, nel rispetto del territorio.

Questo il fulcro delle strategie di Selex (insegne Famila, A&O e altri marchi regionali), oggi al terzo posto in Italia tra le organizzazioni della distribuzione moderna, con una quota del 9,7% e un giro d'affari 2010 di 8.720 milioni di Euro (vedi classifica Symphony Iri allegata).

Con una presenza capillare in ben 93 province e 1.700 comuni, Selex opera in tutta Italia con una rete commerciale di oltre 3.000 unità presidiando i moderni canali di vendita: dall'ipermercato al supermercato di vicinato. Per il 2011, le imprese del Gruppo hanno messo in cantiere, oltre a 82 nuove aperture (tra cui 4 iper, 6 superstore e 41 supermercati), la ristrutturazione di 68 unità esistenti, con l'obiettivo di rilanciare punti di vendita importanti, tra cui 2 ipermercati, 1 superstore e 47 supermercati.

Un ambizioso programma che comporterà investimenti per 300 milioni di Euro e la creazione di 950 nuovi posti di lavoro. Grazie allo sviluppo della rete di vendita, nel 2011 il Gruppo Selex supererà la soglia del 10% di quota di mercato e stima una crescita, a parità di Soci, intorno al + 6,0%.

Il 2010, nonostante le difficoltà del mercato, si è chiuso per il Gruppo con una crescita del + 1% a parità di rete e del + 4,0% considerando lo sviluppo (102 unità per 286 milioni di investimenti).

Le nuove realizzazioni, ispirate ai moderni standard di formato messi a punto in questi anni da Selex - che prevedono l'adattamento di assortimenti e servizi sulla base delle specifiche esigenze locali — rispondono sempre più a criteri di sostenibilità ambientale lungo tutta la filiera, a partire dall'adozione di sistemi d'avanguardia per il risparmio energetico fino alla preferenza accordata ai piccoli fornitori locali e ai prodotti a km 0. Tematiche cui Selex ha dedicato ieri una giornata di approfondimento.

«Siamo un importante punto di riferimento nei paesi, nei quartieri in cui siamo presenti. Ne siamo consapevoli — ha dichiarato Giovanni Pomarico, Presidente di Selex - per questo cerchiamo di dare risposte concrete non solo in termini di qualità e convenienza dell'offerta, ma anche attraverso il rispetto dell'ambiente e la partecipazione solidale alla vita della comunità. E se oggi il nostro Gruppo risente meno di altri della crisi che stiamo attraversando, lo deve anche a questo suo radicamento con il territorio e con i consumatori».

«La crescita del 2010 — ha sottolineato Riccardo Francioni, procuratore generale di Selex — è stata favorita anche dalle politiche commerciali di forte attenzione alla competitività dei prezzi e all'incremento della pressione promozionale. Agli ottimi risultati conseguiti con l'industria di marca, che hanno sempre caratterizzato il nostro Gruppo si affianca la crescita delle nostre marche commerciali che, grazie alla qualità e alla convenienza delle proposte, hanno registrato un incremento di oltre il 10%».

«I programmi del Gruppo per il 2011 — ha aggiunto Maniele Tasca, direttore generale di Selex — prevedono, oltre all'arricchimento dell'offerta di prodotti a marca commerciale, con il lancio di linee specialistiche dedicate a un'alimentazione più naturale e sana e di una dedicata all'infanzia, un'ulteriore focalizzazione sul tema dell'efficienza e sul tema dell'innovazione di formati, assortimenti e servizi».

#### Il Gruppo Selex

Il Gruppo Selex opera nel settore della grande distribuzione sull'intero territorio nazionale con 21 imprese regionali. Con una quota di mercato del 9,7%, è il terzo player nazionale. Oltre che con i marchi Famila, A&O e C+C, Selex è presente con una pluralità di insegne radicate sul territorio e da tanti anni vicine ai consumatori.

Il Gruppo Selex fa parte della Centrale ESD Italia che da gennaio avrà due nuovi Soci, Gruppo Agorà Network e Gruppo Sun, rafforzando così la sua presenza in tutta Italia. A livello internazionale, Selex è partner della Centrale europea EMD.

#### Allegati:

- a) Le insegne del Gruppo Selex
- b) La crescita del fatturato: 2007-2010
- c) la rete di vendita al 31.12.2010
- d) Il piano di sviluppo 2011
- e) le quote di mercato al 30.6.2010