

IL GRUPPO SELEX CONTINUA A CRESCERE E INVESTE NEL FUTURO

Assemblea semestrale del gruppo distributivo: 23 nuovi punti di vendita nei primi sei mesi del 2014, 220 milioni di investimenti per l'anno in corso - Ribadito l'impegno su convenienza e qualità per sostenere i consumi

(Trezzano S/N, Milano, 1 luglio 2014) - Il Gruppo distributivo Selex conferma il proprio impegno negli investimenti per l'ampliamento della rete di vendita e per creare nuova occupazione: dal 1° gennaio 2014 al 30 giugno 2014 ha aperto 23 nuovi punti di vendita, per un totale di 16.794 mq, con un budget complessivo di **investimenti per il 2014 di 220 milioni di euro** che favorirà decine di nuove aperture e l'occupazione di circa 1.100 addetti.

L'obiettivo di fatturato per quest'anno è di 9.180 milioni di euro.

La strategia commerciale di Selex è stata discussa nell'assemblea generale semestrale, tenutasi eccezionalmente a Gerusalemme il 27 giugno, appuntamento ancor più significativo perché quest'anno si celebra il 50° anniversario della nascita di Selex. Il Gruppo distributivo, interamente italiano, associa 18 imprese con diverse insegne regionali e nazionali (Famila, A&O, C+C Cash and Carry) ed è il terzo operatore nella grande distribuzione italiana, con un **fatturato 2013 di 8.900 milioni di euro** che fa segnare una **crescita del 2,1%** rispetto al 2012, ed una quota di mercato del 10,7% (dato IRI dicembre 2013). La rete di vendita comprende 2.690 punti di vendita, tra cui 765 supermercati, 268 supermercati integrati, 58 superstore, 21 ipermercati ed altro (si veda in allegato la scheda aggiornata al 30 giugno 2014).

Nel corso dell'assemblea generale sono state analizzate le difficoltà che hanno caratterizzato per tutto il 2013 il mercato del largo consumo e che, per certi aspetti, sono ancora presenti nei primi mesi del 2014. Contemporaneamente sono state presi in debita considerazione i segnali positivi che arrivano dall'economia italiana, con una piccola ripresa delle attività produttive, degli investimenti esteri e dei consumi familiari.

Per quanto riguarda Selex, le vendite nei primi **4 mesi del 2014 fanno registrare un +2,3%** (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) se si considera lo sviluppo della rete e risultano stabili a parità di rete.

La strategia per il 2014 è quella di mantenere gli investimenti previsti per assicurare convenienza e qualità, stando quindi al fianco delle famiglie con una offerta caratterizzata dai prodotti tipici regionali ed una rete di vendita molto sviluppata nei punti vendita di prossimità (oltre a supermercati ed ipermercati, si contano 433 superettes, 586 Mini Mercati, 469 Hard e Soft Discount). Cresce ancora il comparto dei prodotti Marca del distributore, che nei primi mesi del 2014 ha visto il lancio di nuove linee e fa registrare nel primo quadrimestre 2014 un andamento positivo.

*"Vogliamo credere nell'Italia e negli italiani - ha detto in assemblea **Dario Brendolan, Presidente del Gruppo Selex**- per questo non rinunciamo alle aperture di nuovi punti vendita e agli investimenti previsti, sperando che si possa verificare una discontinuità senza la quale la crisi è destinata a permanere. D'altronde senso di responsabilità e lungimiranza sono nel Dna di Selex che proprio quest'anno compie 50 anni, qualità che ci hanno portato a divenire terzo gruppo italiano, con una rete capillare su tutto il territorio italiano che raggiunge milioni di italiani ed occupa oltre 30.000 lavoratori".*

Concetti ribaditi da **Maniele Tasca, Direttore Generale del Gruppo Selex**, che ha dichiarato: *"Di fronte ad una preoccupante contrazione del consumo familiare abbiamo incrementato gli sforzi per offrire convenienza e prodotti di qualità ai consumatori che entrano ogni giorno nei nostri punti di vendita e di cui conosciamo problemi e difficoltà. Per questo siamo*

impegnati a mantenere stabili i prezzi e a programmare promozioni sempre più incisive. L'impegno di Selex è notevole, gli investimenti sono molto alti ed è necessaria la collaborazione di tutta la filiera".

L'attenzione del Gruppo Selex si è anche rivolta verso quella fascia purtroppo crescente di cittadini poveri e bisognosi, che non arrivano neppure a poter fare la spesa, sviluppando nei primi mesi del 2014 due raccolte benefiche organizzate sui propri punti di vendita, in collaborazione con la Croce Rossa Italiana: la prima è riuscita a raccogliere 297 tonnellate di prodotti alimentari; la seconda ha raccolto grandi quantità di prodotti per l'infanzia e l'igiene personale. Garantita dal Gruppo una donazione in prodotti alimentari ed igiene pari a 250.000 €.