

Milano. FAMILA: CRESCITA DEL 6,9%

L'insegna del Gruppo Selex, con una quota di mercato nazionale del 3,3%,

rafforza la sua presenza con punti di vendita innovativi

e un'offerta vicina ai clienti

Trezzano s/N, Mi, 9 febbraio 2015. Nonostante la crisi dei consumi, Famila, insegna di punta del Gruppo Selex diffusa in tutta Italia, continua a crescere e a consolidare la sua presenza sul territorio.

A fine 2014 ha infatti raggiunto **230 unità** nei suoi diversi formati (Supermercati Famila, Famila Superstore e IperFamila) per una superficie di vendita complessiva di oltre **450.000 mq**, piazzandosi ai primi posti nella classifica delle reti di vendita italiane (classe di dimensione 1.500-4.500 mq) con una quota di mercato nazionale Iper+Super del **3,3%** (Iri, giugno 2014).

Con **6.600 addetti**, Famila l'anno scorso ha realizzato un giro d'affari di circa **2,2 miliardi**, con un incremento del **+ 6,9% LCC** (largo consumo confezionato) rispetto all'anno precedente, ben superiore al mercato Iper+Super.

Un traguardo importante, soprattutto di questi tempi, per questa insegna attiva in Italia dal 1984 e da allora in costante crescita. Nel giugno 2002, è stato inaugurato il Famila n.100, nel 2011, a distanza di appena 9 anni, il raddoppio, con 200 unità, fino ad arrivare alle 230 di oggi. A queste si aggiungeranno le 8 previste nel corso del 2015.

«*Ingredienti del successo di Famila, tra le poche insegne in Italia a battere la crisi - sottolinea **Maniele Tasca**, direttore generale del Gruppo Selex - la forte specializzazione nei prodotti freschi e locali, la convenienza tutti i giorni e la capacità di creare relazioni di fiducia con i clienti, grazie anche alla cortesia e alla professionalità di chi lavora nei punti di vendita*».

L'insegna presidia le regioni del nord, del centro e del sud. La concentrazione più forte è in Area 2, con 62 punti di vendita solo in Veneto, 29 in Emilia Romagna e 6 in Friuli, per un totale di 97 esercizi.

Segue l'Area Nielsen 1, con 80 supermercati complessivi, di cui 47 in Lombardia, 30 in Piemonte, 1 in Val d'Aosta e 2 in Liguria. In Area 4 sono 37 i Famila, di cui 15 in Puglia, 10 in Sicilia, 8 in Campania e 2 sia in Calabria che in Molise, mentre in Area 3 sono 16, di cui 7 nelle Marche, 7 in Umbria e 2 in Toscana.

Una presenza capillare, con punti di vendita sempre rinnovati, che conferma la capacità dell'insegna di rispondere alle attese dei consumatori di tutte le regioni con un'offerta calibrata sul territorio.

Lo testimonia anche il numero dei clienti fedeli dell'insegna - titolari della carta fedeltà che regolarmente frequentano il punto di vendita - che oggi sfiorano quota **1,8 milioni** in tutta Italia, per un'incidenza che oscilla tra il 70 e l'86% sul fatturato complessivo, in funzione del format e del territorio.

Nei supermercati Famila, rivestono un ruolo di punta i **prodotti a marca del distributore Selex**, che rappresentano circa il 15% dell'assortimento di prodotti di largo consumo confezionati. Un'offerta esclusiva che copre tutte le categorie merceologiche, comprese quelle più innovative, come il biologico e il mondo benessere e salute, e che realizza ogni anno una crescita superiore al 3,5%. Fattori di successo delle linee Selex: qualità e sicurezza dei prodotti, a prezzi contenuti.

La convenienza è infatti uno dei punti di forza dell'insegna. Nel 2014 il valore delle vendite in promozione ha raggiunto il **29,7%** del giro d'affari, per uno sconto complessivo erogato di **155 milioni di euro**, superando le quote già elevate del 2013 (pressione promozionale pari al 28,7%) .

Quest'anno sono inoltre previste 25 **azioni grandi sconti** su interessanti panieri di prodotti che coprono tutti i bisogni quotidiani delle famiglie: freschi, drogheria, cura casa e persona ecc. Dalle proposte con la formula 1+1 agli sconti del 20-30% su intere categorie di prodotti, per un risparmio assicurato ancora più significativo.

A supporto dei momenti promozionali, è stato messo a punto un importante **piano di comunicazione**, coinvolgendo i media classici come le radio nazionali, e quelli più innovativi del mondo web.

Il Gruppo Selex

Il Gruppo Selex opera nel settore della grande distribuzione con 16 imprese regionali associate che gestiscono 2.426 punti di

vendita in tutta Italia, con più di 30.000 addetti, per un fatturato al consumo 2014 di 8.950 milioni di euro (preconsuntivo).

Con una quota di mercato del 10,8%, Selex è il terzo player nazionale.

Oltre che con i marchi Famila, A&O e C+C, è presente con una pluralità di insegne regionali radicate sul territorio.

Il Gruppo Selex fa parte della Centrale ESD Italia, ai primi posti tra le Centrali d'acquisto, a sua volta partner della Centrale EMD, leader in Europa.

Nel 2014 il Gruppo ha pubblicato la prima edizione del bilancio sociale, che documenta le numerose attività e iniziative realizzate in ambito sociale e ambientale.

www.selexgc.it