



# Marketing Oggi

IN EDICOLA

**Gentleman  
& Lei**

IL MENSILE PER GLI UOMINI E LE DONNE CHE AMANO LA VITA

www.classabbonamenti.com

IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

*Il player della gdo nel 2023 investirà 340 mln sui progetti, dalla marca privata al digital*

## Selex punta su negozi e online Nei futuri punti vendita spazio a enoteca e reparti salutistici

DI ELENA GALLI

**N**uove aperture. Progetti nel digitale. Investimenti nelle Mdd, le marche del distributore, che a fine 2022 dovrebbero registrare un fatturato al consumo di circa 1,6 miliardi di euro, con una crescita superiore al 10% rispetto al 2021.

Selex Gruppo commerciale, secondo player della distribuzione moderna italiana, con una quota di mercato del 14,7%, chiuderà l'anno con un fatturato lordo di 17,8 miliardi, +5,6% sul 2021. E stima di poter raggiungere nel 2023 i 18,5 miliardi, con una crescita prevista del 3,6%. Grazie anche a investimenti per 340 milioni. «Numeri importanti», ha sottolineato **Maniele Tasca**, direttore generale di Selex,

«anche se in leggero rallentamento rispetto agli ultimi tre anni, principalmente a causa

della pressione sui costi di gestione».

Il piano per il 2023 prevede l'apertura di 63 punti vendita e la ristrutturazione di altri 73. «Stiamo aprendo punti vendita di 1.500-2.000 mq in tutta Italia, che prevedono reparti freschi e freschissimi (ortofrutta, gastronomia, macelleria, pane e dolci, pescheria e salumeria) assistiti e, nei supermercati di nuova generazione, reparti più specializzati, come l'enoteca e il settore dei prodotti salutistici, dagli integratori agli articoli senza glutine», ha aggiunto Tasca. «Inoltre, è previsto il "click e ritira" un po' ovunque. Mentre alcuni dei nuovi punti vendita offriranno un servizio di ristorazione veloce con bistrot e punti di somministrazione e casse che si aggungeranno a quelle tradi-

zionali».

Il gruppo, che attraverso le 18 imprese socie vanta una rete



Selex Gruppo commerciale ha una rete commerciale multinsegna (tra cui Famila, A&O, C+C) e multicanale di 3.206 punti di vendita

commerciale multinsegna (tra cui Famila, A&O, C+C) e multicanale di 3.206 punti vendita, continuerà a puntare anche sul digitale. «Oltre alla piattaforma di e-commerce Cosicomo.it, che nel 2022 prevede un balzo del 30% dell'home delivery rispetto all'anno precedente, miglioreremo la digitalizzazione del volantino promozionale, che ha raggiunto il 100% delle insegne, e delle riviste instore. Previsto anche l'aumento di campagne di comunicazione targettizzate nell'ambito del palinsesto promozionale del gruppo: in funzione delle abitudini dei clienti, identifichiamo target coerenti per rendere più efficaci le offerte promozionali», ha spiegato il d.g. Infine, le Mdd (Selex,

Consilia, Vale e Il Gigante), con una quota di mercato in continua ascesa, si confermano uno dei punti di forza di Selex. «Concentreremo gli investimenti su convenienza, miglioramento qualitativo, sostenibilità, anche per quanto riguarda il packaging, e sul rinnovo costante della gamma». L'assortimento Mdd del gruppo è oggi costituito da 7.700 prodotti suddivisi tra più brand con prodotti di base, linee specialistiche e marchi di fantasia. «In questo difficile contesto abbiamo deciso di dare vita a iniziative commerciali capaci di assorbire, per quanto possibile, i rincari, cercando di coinvolgere in questa responsabilità i produttori di beni di largo consumo con cui collaboriamo;

allo stesso modo ci stiamo impegnando a rafforzare gli investimenti che mirano ad aumentare la qualità e la convenienza dei nostri prodotti a marchio, l'esperienza offerta dai nostri punti di vendita e i servizi alla persona dedicati ai nostri clienti», ha precisato **Alessandro Revello**, presidente di Selex.

L'attenzione ai costi energetici resta tuttavia la priorità anche per un gruppo come Selex, che quest'anno ha registrato un aumento del 140% della fattura energetica rispetto al 2021. «I risultati del 2022 ci soddisfano, ma siamo molto preoccupati dall'effetto che l'incremento dei prezzi sta determinando sui consumi in queste ultime settimane. Abbiamo esaurito la capacità del settore di assorbire gli aumenti dei costi di gestione e per limitare il rischio di ulteriore inflazione abbiamo chiesto ai fornitori di sospendere gli aumenti di listino per i prossimi mesi, in attesa si definisca meglio il contesto di riferimento del 2023. Anche perché ulteriori aumenti sono difficili da sostenere per i clienti. Questa è la nostra preoccupazione maggiore», ha concluso Tasca. «Ma il gruppo è solido, continua ad andare bene e il lavoro sul territorio è apprezzato».

— © Riproduzione riservata —



Maniele Tasca, d.g. Selex

### Telesia a fianco di Vero Volley e Change The Game nella campagna di sensibilizzazione «Ti ascolto» contro gli abusi nello sport

Un progetto congiunto che ha visto coinvolti Telesia, il Consorzio Vero Volley, di cui la tv del gruppo Class Editori è media partner, l'associazione Change The Game. Fino al 27 novembre era on air sugli schermi di Telesia Tv nelle metropolitane di Roma, Milano, Brescia e Genova e nei 14 principali aeroporti d'Italia «Ti ascolto», la campagna di sensibilizzazione contro gli abusi nello sport andata in onda in concomitanza con la «Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne», in calendario il 25 novembre.

Diversi giocatori delle prime squadre del Consorzio Vero Volley (realtà leader nel mondo dello sport nazionale con le sue centinaia di atleti tesserati sui territori di Milano e Monza) come Raphaela Folie, Thomas Beretta, Petar Vi-

sic, Alessia Orro, Beatrice Negretti, Jan Zimmermann, Jovana Stevanovic, Sonia Candi e Filippo Federici, protagonisti dei campionati di SuperLega maschile e Serie A1 femminile e della pallavolo internazionale, da atleti si sono uniti per lanciare un forte messaggio ad altri atleti in difficoltà, per far sapere che nessuno è solo davanti alla violenza: «Lo sport è disciplina, ma la disciplina non deve mai sconfinare nell'abuso. Lo sport è soprattutto divertimento e gioia. Lo sport è ri-



Un frame della campagna

Change the Game e Vero Volley, attraverso cui è semplice e diretto accedere a un modulo per segnalare situazioni di abuso di cui si può

spetto, non permettiamo mai a nessuno di offenderci. Lo sport è crescita, se non è così non è sport. Se sei vittima di abusi e violenze ne devi parlare», ed è possibile farlo, anche in forma anonima, attraverso lo sportello online raggiungibile all'indirizzo ti-ascolto.info. Quest'ultima è una pagina web contro la violenza nello sport a cura di

essere vittima o di cui si può essere a conoscenza, in modo da permettere agli organi competenti in materia di procedere con tutti gli accertamenti del caso. L'obiettivo è diffondere nel modo più ampio e accessibile la possibilità di denunciare qualunque forma di violenza nell'ambiente sportivo e in qualunque disciplina. L'iniziativa ha ricevuto l'importante patrocinio di Sport e Salute.

Telesia spa è una società del gruppo Class Editori ed è presente, con la sua Telesia TV, nelle metropolitane di Roma, Milano, Brescia e Genova e nei 14 principali aeroporti d'Italia, intercettando ogni mese oltre 9 milioni di persone con i messaggi e le informazioni diffuse attraverso i suoi schermi.

— © Riproduzione riservata —

## Video: la campagna del Vero Volley ti ascolto

di Gian Luca Pasini

19 novembre 2022



### Lo Sport è rispetto

Il Consorzio Vero Volley con Telesia, suo Media Partner, e l'Associazione Change The Game, dalla giornata di oggi, venerdì 18 novembre fino a domenica 27 novembre lancia la campagna "Ti ascolto" di sensibilizzazione contro gli abusi nello sport in occasione della settimana che porta alla "Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne", in calendario il 25 novembre.

Diversi giocatori delle prime squadre del Consorzio Vero Volley, come Raphaela Folie, Thomas Beretta, Petar Visic, Alessia Orro, Beatrice Negretti, Jan Zimmermann, Jovana Stevanovic, Sonia Candi e Filippo Federici, protagonisti dei campionati di SuperLega maschile e Serie A1 femminile e della pallavolo internazionale, da atleti si sono uniti per lanciare un forte messaggio ad altri atleti, in difficoltà, per far sapere che nessuno è solo davanti alla violenza: "Lo sport è disciplina, ma la disciplina non deve mai sconfinare nell'abuso. Lo sport è soprattutto divertimento e gioia. Lo sport è rispetto, non permettiamo mai a nessuno di offenderci. Lo sport è crescita, se non è così non è sport. Se sei vittima di abusi e violenze ne devi parlare", ed è possibile farlo, anche in forma anonima, attraverso lo sportello online raggiungibile all'indirizzo [tiascolto.info](https://tiascolto.info).