

# Il fatturato di Selex nel 2024 verso i 21,1 miliardi (+4,5%)

**Maniele Tasca (dg):**  
«Nel 2025 l'obiettivo del gruppo è di raggiungere 22 miliardi di ricavi»

## Grande distribuzione

**Nel corso del prossimo anno previsti investimenti per 490 milioni di euro**

**Enrico Netti**

Il 2024 si chiuderà con un fatturato di 21,1 miliardi, in crescita del 4,5% rispetto all'anno precedente, mentre per il 2025 l'obiettivo è di mettere a segno una crescita analoga, intorno al 4,3% per raggiungere i 22 miliardi di ricavi. Questa la roadmap presentata da Maniele Tasca, direttore generale del Gruppo Selex, in occasione della celebrazione dei 60 anni dell'insegna diventata la prima in Italia con una quota di mercato del 15,4% secondo le rilevazioni di Nielsen al giugno 2024.

Per il prossimo anno sono inoltre previsti investimenti per circa 490 milioni. Ne beneficerà la rete di vendita per la ristrutturazione e ammodernamento di 109 punti vendita e l'apertura di altri 67 supermercati. «Il nostro obiettivo è continuare a investire, per affrontare le sfide del mercato con maggiore efficienza e competitività – spiega Maniele Tasca, dg del Gruppo Selex –. Nell'ultimo biennio, nonostante il quadro economico generale non favorevole, ci siamo impegnati con successo nel difendere il potere d'acquisto delle famiglie italiane».

Negli ultimi anni il gruppo ha incrementato l'attività sulla rete di vendita e quest'anno sono stati stanziati ben 540 milioni di euro, importo definito "record" e destinato al rifacimento di 94 negozi e l'apertura di 65 market. Di questi, per esempio, 120 milioni di euro sono stati assegnati a Famila, l'insegna nazionale di Selex di supermercati, superstore e mini iper con oltre 200 punti vendita e un organico di circa 6mila addetti. Risorse usate per l'apertura di 15 nuovi ne-

gozi e la ristrutturazione di altri 27 punti vendita.

La strategia di rinnovare i negozi migliora le performance del Gruppo. In Italia le vendite della Gdo, secondo i dati Nielsen, nei primi 9 mesi vedono una crescita a valore del 2% mentre Selex registra un +5,9%. «Un risultato ottenuto anche grazie agli investimenti nei punti vendita e le nuove aperture» sottolinea Tasca. Tra le mosse future «c'è l'obiettivo di incrementare la fedeltà dei clienti in un contesto sempre più competitivo dovuto al calo demografico e al moltiplicarsi dei canali di vendita e dei modelli d'acquisto – continua il dg –. Dall'altro rafforzare le nostre imprese aiutando la loro crescita sul fronte delle competenze, dell'innovazione e dell'efficienza, sfruttando economie di scala, sinergie di gruppo e favorendo progetti di collaborazione tra soci».

Sul fronte della domanda Tasca segnala «un leggero miglioramento del mercato dopo i mesi estivi, ma restano i segnali della ricerca di un maggiore controllo della spesa, con i clienti che acquistano prodotti con un prezzo inferiore o di un tipo, un genere più economico». Per quanto riguarda l'e-commerce, servizio fornito da una decina di insegne, le vendite vedono un aumento dell'8% e oltre agli ordini inviati dal sito da quest'anno si può ordinare attraverso la app CosiComodo.

Il Gruppo Selex nasce nel 1964 come «Unione volontaria A&O italiana» per volontà di un gruppo di grossisti alimentari. Nel 1979 viene costituito «Selex Gruppo commerciale» e alla fine degli anni 90 è presente in tutta Italia. Oggi sono 18 le imprese socie con oltre 3.320 punti vendita di tutti i formati, dal superstore al discount, mentre gli addetti sono più di 42.600. Tre le insegne nazionali: Famila, A&O e C+C, insegna di cash & carry con 70 negozi all'ingrosso, a cui si aggiungono diversi brand regionali spesso leader sul territorio. Selex Gruppo Commerciale è inoltre socio della centrale d'acquisto Esd Italia, a sua volta partner della centrale Emd, leader in Europa.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

