

Selex, le private label a +6%

Marca privata a +6% rispetto al 2018 e investimenti focalizzati sul miglioramento della qualità della filiera e delle materie prime. Selex Gruppo Commerciale ha diffuso ieri i dati sulle sue private label in vista di Marca, l'evento dedicato al settore che si terrà mercoledì e giovedì a Bologna.

Nel 2019 le marche private del terzo gruppo della distribuzione moderna nazionale hanno registrato un fatturato alla vendita di circa 950 milioni di euro. Un risultato frutto di un piano strategico che aveva come focus l'ampliamento delle linee specialistiche e il miglioramento della qualità. «L'obiettivo che ci eravamo posti all'inizio dello scorso anno era quello di sviluppare gli assortimenti delle marche garantendo una qualità sempre più riconoscibile», ha detto Luca Vaccaro, direttore M&D Selex Gruppo Commerciale. «Abbiamo lavorato su 500 referenze, tra nuovi lanci e rivisitazione dei capitoli, e i risultati sono premianti. All'interno delle categorie ove compete, la marca privata ha incrementato la quota superando il 30% in alcune regioni».

Dai segmenti base al premium sono circa 2.300 i punti vendita del gruppo in Italia all'interno dei quali poter scegliere fra oltre 5 mila referenze sotto i marchi Selex, Vale, il Gigante, Su, Vanto. Per quest'anno sono previsti oltre 420 lanci, in gran parte concentrati sulle linee specialistiche: alto di gamma, bio e salutistico. L'obiettivo di crescita per le marche del distributore è ambizioso: +50% di fatturato alla vendita entro il 2025.

— © Riproduzione riservata — ■

