

Investimenti per 590 milioni. Focus su Selex Media, che ha già all'attivo 70 campagne

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Selex accelera su rete e digital

Previste 60 aperture e 96 ristrutturazioni di punti vendita

DI ANDREA BRENTA

Un piano di investimenti da 590 milioni di euro, destinati non solo allo sviluppo della rete di negozi, ma anche al consolidamento e all'evoluzione di Selex Media, la concessionaria del gruppo.

L'assemblea dei soci del Gruppo Selex, che si è svolta a Stoccolma lo scorso 26 giugno, ha approvato i risultati dell'ultimo esercizio, chiusosi con un fatturato di 22,35 mld di euro (+5,9% vs 2024) e ha delineato la strategia per il prossimo biennio. Il programma prevede l'apertura di 60 nuovi punti vendita e la ristrutturazione di 96 strutture, portando la rete a un totale di 3.529 negozi attivi.

Previsto anche il consolidamento di Selex Media, che punta a divenire nel prossimo biennio un riferimento per il mercato pubblicitario italiano. La piattaforma, proprietaria di Selex Gruppo Commerciale, ha già attivato 375 negozi con 5.300 schermi digitali (che rappresentano il 5,4% della ponderata nazionale, fonte Gnlc 2025 Nielsen I+S) e un circuito radio in 700 store, arrivando a gestire oltre 70 campagne per 40 brand. Grazie alla recente partnership con Italiaonline, l'asset si apre ora ufficialmente anche ai settori non endemici, come l'automotive.

Anche la marca del distributore (Mdd) si conferma un pilastro strategico per Gruppo Selex. Nel 2025, la Mdd del Gruppo ha superato un fatturato alla vendita di 2,3 miliardi di euro, con una crescita del +7,5% rispetto al 2024.

L'assortimento, che oggi

conta 8.300 referenze, suddivise tra i vari brand del Gruppo (Selex, Consilia, Vale e Il Gigante), continua a evolvere con l'inserimento di linee specialistiche e premium per rispondere a bisogni d'acquisto sempre più diversificati.

Sul fronte dell'e-commerce, la piattaforma del Gruppo CosìComodo.it registra una crescita del 6% su base annua. A trainare i risultati è l'incremento del segmento Home Delivery, cresciuto del 12% e arrivato a rappresentare il 42% del fatturato totale online (+2 punti percentuali di quota rispetto all'anno precedente).

Le proiezioni per l'anno in corso puntano a un target di fatturato di 23,35 miliardi di euro, pari a un +4,5% sul 2025.

«Il 2025 e questi primi mesi del 2026 evidenziano un mercato dinamico nonostante la situazione internazionale e un'economia nazionale che cresce sotto le aspettative», ha dichiarato **Alessandro Revello**, presidente di Selex. «Il nostro gruppo conferma in questo contesto una crescita superiore al mercato e in continuità con i risultati degli ultimi anni, grazie a importanti investimenti in ristrutturazioni, nuove aperture, competenze, tecnologia e innovazione».

«L'attuale fase dei consumi richiede molta attenzione alle politiche di convenienza e alla stabilità dei prezzi», ha dichiarato **Maniele Tasca**, direttore generale Gruppo Selex, «ma allo stesso tempo premia chi investe nell'adattamento dei punti di vendita ai nuovi bisogni, in nuovi servizi e prodotti, in un mercato sempre più frammentato e dinamico».

© Riproduzione riservata

