



## SELEX GRUPPO COMMERCIALE E ITALIAONLINE

### INSIEME PER ACCELERARE LO SVILUPPO DEL RETAIL MEDIA IN ITALIA

La partnership amplia le opportunità di valorizzazione dell'ecosistema Selex Media e apre l'accesso ai touchpoint del Gruppo a nuovi investitori provenienti da settori merceologici esterni alla GDO.

Milano, 23 giugno 2026 - [Selex Gruppo Commerciale](#) annuncia una partnership strategica con Italiaonline, la principale digital company italiana, finalizzata a rafforzare e accelerare lo sviluppo del proprio ecosistema Selex Media.

L'accordo prevede che IOL Advertising diventi concessionaria esclusiva per la commercializzazione verso aziende e brand extra-settore degli spazi pubblicitari presenti sull'ecosistema di touchpoint fisici e digitali del network Selex Media, composto dai Negozi del Gruppo, dalle piattaforme digitali e dagli strumenti di relazione con il Cliente.

L'intesa completa il percorso di evoluzione del progetto di retail media del Gruppo, capace di connettere dati, media e punti di contatto lungo l'intera customer journey. Un ecosistema che oggi raggiunge il 58% delle famiglie italiane, attraverso una combinazione unica di canali fisici e digitali.

L'offerta "Selex Media" può contare attualmente su oltre **360 punti vendita** dotati di digital signage, con più di **5.300 schermi attivi**, una rete di oltre **800 negozi** coperti dal circuito **radio in-store, properties digitali che generano più di 100 milioni di visite annue, rafforzate da** un patrimonio di **7 milioni di carte fedeltà** attive. Complessivamente, i touchpoint del Gruppo valorizzano oltre **565 milioni di visite annuali nei punti vendita**, consentendo ai brand di comunicare dove tutto accade, a pochi metri dal momento della decisione d'acquisto.

Grazie alla collaborazione con Italiaonline, il Gruppo Selex potrà estendere ulteriormente le opportunità di valorizzazione della propria inventory media, mettendo a disposizione dei cosiddetti investitori non endemici una piattaforma in grado di attivare campagne nazionali e locali con elevati livelli di profilazione, misurabilità e rilevanza per il consumatore.



*"Con questa partnership portiamo il Retail Media italiano a una nuova dimensione. La combinazione tra la nostra expertise nel digital advertising e la straordinaria capillarità fisica e digitale di Selex crea un ecosistema unico, capace di offrire ai brand non endemici campagne profilate e attivabili su scala nazionale, aprendo a settori come automotive, finanza, telco ed energia opportunità di contatto con milioni di famiglie italiane fino ad oggi difficilmente accessibili attraverso un unico ecosistema."* dichiara **Domenico Pascuzzi, Publishing Marketing & GoToSales Director di Italiaonline.**

Il progetto consentirà infatti a brand appartenenti a categorie quali automotive, assicurazioni, finanza, telecomunicazioni, energia e servizi di dialogare con l'intera audience offerta da Selex

Media, beneficiando di un mix di canali media senza precedenti rafforzato dalla combinazione tra CRM, touchpoint fisici e digitali. Il tutto a copertura nazionale, ma declinabile localmente.

L'efficacia del modello è già confermata dai risultati ottenuti da Selex Media. Ad oggi sono state realizzate circa **70 campagne di comunicazione** insieme ad una quarantina di aziende partner del Largo Consumo. I risultati evidenziano come l'85% delle campagne abbia generato incrementi di vendite, volumi e Clienti trattanti nei punti vendita coinvolti rispetto ai relativi gruppi di controllo, con uplift medi di vendita pari a 15 punti differenziali. Nel 75% dei casi è stata inoltre rilevata una crescita della quota di mercato del brand all'interno della categoria di riferimento.

*"Il nostro obiettivo è costruire un vero e proprio ecosistema di relazione con il Cliente, in cui dati, contenuti e touchpoint lavorino in modo integrato. Il Retail Media è uno degli asset strategici di questa visione. Grazie alla partnership con Italiaonline potremo valorizzare ulteriormente il patrimonio di audience e di conoscenza sviluppato dalle nostre imprese socie, offrendo al mercato non endemico, che non vende direttamente i propri prodotti o servizi all'interno dei nostri Negozi, nuove opportunità di comunicazione efficaci, misurabili e fortemente profilabili",* dichiara **Massimo Baggi, Direttore Marketing di Selex Gruppo Commerciale.**



Il percorso di crescita proseguirà nei prossimi anni con l'obiettivo di raggiungere entro il 2028 circa 1.200 punti vendita coinvolti nel progetto e oltre 19.000 schermi digitali attivi, completando l'integrazione di tutti i touchpoint di relazione digitale, consolidando la leadership del Gruppo nel panorama del Retail Media italiano.

#### **SELEX Gruppo Commerciale**

Nato nel 1964 come Unione Volontaria A&O, Selex è il primo gruppo della Distribuzione Moderna Organizzata italiana, con una quota di mercato del 16,2% (fonte NIQ Iper + Super + Libero Servizio + Discount). Costituito da 18 Imprese Socie, ha una rete commerciale formata da 3.253 punti di vendita con un'elevata pluralità di formati, dai superstore ai discount. Le insegne con diffusione nazionale che fanno capo al Gruppo sono "Famila", "A&O" e "C+C", cui si affiancano brand regionali spesso leader sul territorio. L'organico è di oltre 44.000 addetti.

Selex Gruppo Commerciale è socio della centrale d'acquisto ESD Italia, a sua volta partner della centrale EMD, leader in Europa.

[www.selexgc.it](http://www.selexgc.it)

#### **Ufficio Stampa Selex Gruppo Commerciale:**

**AD MIRABILIA**

Tel. +39 02 4382191

Email: [grupposelex@admirabilia.it](mailto:grupposelex@admirabilia.it)

Contatti: Roberta Guarragi | 348 2887674 Fulvia Concetti | 348 5457226