

**QUALITA' SENZA COMPROMESSI:
IL GRUPPO SELEX LANCIA LA NUOVA CAMPAGNA 2026
"O CI PENSI TU, O TI AFFIDI AI PRODOTTI SELEX"**



La qualità senza compromessi è al centro della nuova campagna multisoggetto che punta su un messaggio rassicurante e diretto, riaffermando il ruolo del Gruppo e della sua MDD come garanti di una selezione rigorosa capace di semplificare le scelte dei consumatori, accanto all'iconica "Spesa Difesa", simbolo di continuità – attraverso l'elemento visivo dello scudo – dell'impegno nella salvaguardia del potere d'acquisto delle famiglie.

Milano, 16 marzo 2026 – Selex Gruppo Commerciale, protagonista della Grande Distribuzione in Italia, lancia la nuova campagna di comunicazione integrata che mette al centro la qualità della sua Marca del Distributore. Il concept creativo è racchiuso nel claim **"O ci pensi tu... o ti affidi ai Prodotti Selex"**, un messaggio diretto e ironico che racconta la promessa del Gruppo: offrire ogni giorno prodotti selezionati con cura, capaci di garantire qualità e convenienza senza compromessi.

Al via da domenica 15 marzo, la campagna segna un'evoluzione nel racconto della MDD Selex e rafforza il ruolo del Gruppo come alleato dei consumatori nelle scelte quotidiane di spesa.

Un equilibrio perfetto tra Qualità e Convenienza

La nuova campagna nasce da un'osservazione semplice: per avere prodotti d'eccellenza nella spesa di ogni giorno, bisognerebbe ricercare personalmente le migliori materie prime, un'impresa pressoché "eroica" per chi vive la quotidianità contemporanea.



Lo spot gioca proprio su questo paradosso: scene ironiche e sorprendenti mostrano persone comuni impegnate in sforzi estremi — come pescare un salmone in un gelido torrente o mungere una mucca nel salotto di casa — per ottenere il meglio per la propria tavola. La soluzione è immediata e rassicurante: non serve fare follie, basta affidarsi ai Prodotti Selex!

Un approccio multisoggetto e innovativo

La narrazione, curata dall'agenzia PicNic, si articola in un ecosistema dinamico che coinvolge TV, radio, digital, social media e punti vendita. Con un linguaggio empatico e un tono brillante e ironico, la campagna racconta come le oltre 3.000 referenze Selex nascano da una selezione rigorosa e da controlli costanti. Un impegno che permette di coniugare il benessere delle famiglie con una proposta conveniente e competitiva.

Ad accompagnare il racconto visivo degli spot è la scelta del brano **Boom, Boom, Boom, Boom!! dei Vengaboys (1998)**, utilizzato come tappeto musicale in tutti i media coinvolti nel piano. Un pezzo iconico e immediatamente riconoscibile che amplifica l'impatto emotivo della campagna, rafforzandone il tono ironico e contribuendo ad aumentare engagement e memorabilità complessiva.

“Il nostro obiettivo è rafforzare il legame di fiducia con i consumatori, posizionandoci come i loro alleati principali nella ricerca di una qualità che sia anche conveniente», dichiara Massimo Baggi, Direttore Marketing di Selex Gruppo Commerciale. “Con questa campagna cambiamo pagina, ci raccontiamo sempre con ritmo e ironia, sperimentando una produzione creativa dove AI e realtà si fondono, consentendoci di raccontare quanto i nostri prodotti Selex siano garanzia di una qualità distintiva, continuando a tenerli sotto lo scudo di Spesa Difesa, il simbolo ormai storico con cui poniamo attenzione a difendere il potere d'acquisto dei nostri Clienti!”

Focus sulle linee specialistiche

La nuova campagna, concepita come una multisoggetto, oltre al brand mainstream Selex, darà ampio risalto alle linee specialistiche del Gruppo, come l'eccellenza gastronomica di **Saper di Sapori**, le proposte salutistiche di **Vivi Bene** e i prodotti per la cura della bellezza **Armonia & Benessere** confermando il ruolo centrale dell'MDD come scudo a protezione del potere d'acquisto e avamposto dell'innovazione alimentare e non solo.

“La filosofia di Gruppo Selex è sempre stata orientata a dare priorità assoluta al valore della qualità”, commenta Luca Vaccaro, Direttore della Marca del Distributore di Selex Gruppo Commerciale. “Nelle nostre linee specialistiche e in tutto l'assortimento MDD, le Imprese Socie sono impegnate ad offrire prodotti selezionati con cura, che difendono la qualità della spesa senza mai scendere a compromessi, intercettando i trend di consumo più evoluti”.

Credits e Pianificazione

La campagna, prodotta da Pixelland, vede l'utilizzo di tecniche creative d'avanguardia per la realizzazione delle scene paradossali, integrate con riprese reali all'interno dei punti vendita per valorizzare l'esperienza d'acquisto. La pianificazione media, curata da Geotag di Milano, coinvolgerà le principali emittenti TV/CTV e Radio nazionali e un'importante presenza sui canali digitali.



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 15,8% (fonte GNLC NielsenIQ Iper + Super + Superettes + Discount). Costituito da 18 Imprese Socie, ha una rete commerciale formata da 3.254 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

Ufficio Stampa Selex Gruppo Commerciale:

AD MIRABILIA

Tel. +39 02 4382191

Email: grupposelex@admirabilia.it

Contatti:

Roberta Guarragi | 348 2887674

Fulvia Concetti | 348 5457226