



Sèleco **Rewind the future**

Uno sguardo al passato per costruire il futuro

Sèleco, lo storico marchio dei televisori Made in Italy, entra nuovamente nelle case degli italiani per riportare in vita un pezzo importante dell'eccellenza industriale e del design del nostro Paese, con una vasta gamma di apparecchi allineata ai più moderni standard tecnologici.

È al binomio tradizione e innovazione che si ispira l'operazione di rilancio sul mercato del brand. Con un obiettivo coraggioso: valorizzare le solide radici e l'importante storia del marchio, guardando allo stesso tempo a un futuro basato sull'innovazione continua e sul design *Made in Italy*.

È così che Sèleco "rinasce": una produzione reinventata e interpretata da giovani studenti di design, e la scelta di legarsi a due intramontabili glorie dello sport: la Lazio e il Napoli Basket, di cui Sèleco diviene nuovamente lo sponsor. La propensione dell'azienda all'eccellenza, alla creatività e all'innovazione è testimoniata dagli ambiziosi obiettivi che il top management si è dato: non solo produzione di televisori, ma brand extension, e laboratori che valorizzino la straordinaria eredità del marchio. L'odierna Sèleco Spa, oltre all'omonimo brand, ha in portafoglio anche altri prestigiosi marchi del passato: Magnadyne, storica firma di apparecchi radio degli anni 20, utilizzato oggi per la distribuzione di televisori e Necchi, di cui l'azienda ha acquisito l'esclusiva per la vendita in Italia di piccoli elettrodomestici.

50 anni di storia e innovazione

Sèleco viene fondata nel 1965 a Pordenone, negli anni in cui esplodeva il mercato dei televisori in Italia e in cui la tv era un totem capace di richiamare attorno a sé intere famiglie, di creare atmosfere, desideri, attese e sogni.

Nata in seno alla Zanussi elettronica, Sèleco entra con forza nell'immaginario collettivo e si stabilizza immediatamente come eccellenza italiana dell'elettronica di consumo, raggiungendo una grande notorietà e numerosi riconoscimenti nel mondo per qualità e profilo estetico, fino a diventare, nel 1986, il primo produttore italiano di televisori a colori.

Una tappa importante della storia del marchio è la svolta del 1963, con l'assunzione all'ufficio tecnico di Marino Zanier, che segna l'esordio di una strategia industriale sempre più orientata all'estetica e al design. Da qui cominciano le collaborazioni con importanti designer come Luigi Molinis, ideatore della celeberrima gamma Visual 360. Caratteristica di questi modelli è la forma curva che rende la televisione un'oggetto autonomo e non più parte integrante della mobilia. Nel corso degli anni, Sèleco alterna momenti di successo a periodi bui, fino ad arrivare ai giorni nostri con l'acquisizione a dicembre 2016 da parte di Twenty S.p.A., divenuta a partire da maggio 2017 Sèleco S.p.A..

Innovazione e design: Sèleco factory

Sèleco factory nasce come un laboratorio permanente di idee al servizio della comunicazione, del marketing e del design: un luogo di incontro e contaminazione per creativi, un catalizzatore di idee per dare continua linfa a una tradizione di eccellenza italiana.

Il potenziale a cui attingere è infinito, l'Italia porta infatti con sé una storia imprenditoriale unica nel suo genere che, da sempre, si contraddistingue per intuizione, estro creativo, umanità. E' per questo che la nuova Sèleco vuole creare importanti collaborazioni tra startup, grandi imprese, partner industriali e giovani creativi, mettendo in campo intelligenze e sensibilità differenti per la crescita economica e culturale del Paese.

La prima grande iniziativa della Factory è stato Il Sèleco design Workshop, un creative camp che ha convogliato per una settimana giovani designer e art director provenienti dai cinque angoli del globo, per

innovare in maniera disruptive, reinterpretare l'estetica e la funzione d'uso dei televisori e dare vita a concept innovativi di prodotto e suggestioni ispirate al futuro.

Sèleco e lo sport

Sèleco torna a essere sponsor della Lazio e del Napoli basket a fine stagione 2017, una decisione, anch'essa, ispirata dalla volontà di rendere omaggio alla storia e che fin da subito ha suscitato un grande fermento nelle rispettive tifoserie.

Profondo e saldamente intrecciato è il rapporto con il team biancoceleste: dal 1982 al 1984, il marchio è apparso infatti sulle maglie di campioni del calibro Laudrup, D'Amico e Giordano, icone della squadra romana. La Sèleco nell'immaginario dei tifosi rappresenta la travagliata epopea calcistica della Lazio e la riconquista della serie A dopo gli anni buoi della B. Un simbolo per i tifosi che, nel 2017, hanno visto tornare lo stesso marchio sulle maglie, proprio in uno dei momenti più importanti della stagione.

Negli stessi anni il cuore Seleco batteva anche a Napoli. Un sport diverso, la pallacanestro, ma un'identica passione che ha accompagnato la squadra partenopea, forse la più amata di sempre con la coppia di stranieri Woods e Johnons, nel momento cruciale della promozione in A1.

Le due sponsorizzazioni vanno ad affiancarsi a quelle già in essere nella stagione 2016 e 2017 della Udinese calcio e della Spal con il brand Magnadyne.

Sèleco è inoltre accanto a Lega Pro in qualità di Premium Sponsor delle FINALL dei Play Off, che si terranno a Firenze dal 12 al 17 giugno.

Una gamma di prodotti per tutte le esigenze

Sèleco ritorna nelle case degli Italiani con una chiara *value proposition*: garantire sempre un eccellente rapporto qualità prezzo affiancato da un impeccabile servizio di assistenza post vendita. La gamma completa prevede sei serie per un totale di 16 modelli, pensati per soddisfare ogni esigenza di spazio abitativo e prestazione tecnologica, nonché per rispondere alle diverse capacità di spesa delle famiglie. I modelli variano dai 24 ai 75 pollici e sono caratterizzati da risoluzioni HD, full HD, ultra HD. Completano la gamma delle smart tv di ultima generazione, con schermi Quantum Dot e tecnologia OLED, per una esperienza di visione straordinaria e una nitidezza dell'immagine senza paragoni. Ogni apparecchio si contraddistingue per un design elegante ed essenziale ed è in grado di garantire colori saturi e brillanti, immagini definite e un audio nitido e pulito. Dopo un'iniziale fase di penetrazione nel mercato in fascia entry level, la strategia commerciale prevede il graduale inserimento di prodotti top di gamma e di apparecchi che punteranno non solo sulla forza evocativa del marchio ma anche sul design italiano.

Sèleco S.p.a.

Capitale Sociale € 3.500.000,000 iv.

P.IVA/C. F. 126 40 93 10 07

C.so Vittorio Emanuele 30, 20122 (MI)

T. (+39) 02 7628 0964

F. (+39) 02 798 825

www.seleco.it