

IL MAGAZINE PER CHI È ORGOGLIOSO

DI ESSERE, O SENTIRSI, PUGLIESE!

AMAZING

Puglia

OTTOBRE/DICEMBRE 2020

WWW.AMAZINGPUGLIA.COM

STORIE

CITYMODA, LIVIO MUCI
VIVIANA OLIVE, CRISTIANO CARRIERO
ANGELO INGLESE, MICHELE PIO RUSSO
MAURIZIO BONINA, LUCIANO TORIELLO
GIUSEPPE CONOCI, ANTONIO NATALE
MAURO LORENZO, GIGLIA MARRA
MARCO SCIOLTI, PASQUALE BONFILO
DEBORAH NOLAN, V-REALITY
GIAN MARCO DE MASI
LOREDANA LEZOCHÉ
GIUSI PORTALURI
DANIELE MANNI

better
living

La nuova sezione
dedicata alla buona
amministrazione
delle nostre città

PUGLIA
RESTAURANTS



**COSA C'È DIETRO IL SUCCESSO
DI GRANDI AZIENDE COME MAIORA
E DI PICCOLE STARTUP GIOVANILI?
E SU COSA DEVE PUNTARE LA PUGLIA
PER CONTINUARE A CRESCERE?
LA RISPOSTA STA IN DUE PAROLE**

CAPITALE UMANCO

PIPPO CANNILLO
PRESIDENTE E AD MAIORA (DESPAR)

**<CRISI E COVID NON BLOCCANO
GLI INVESTIMENTI>**



BUSINESS

IMPRESA, MARKETING, START-UP, IDEE



INTERVISTA

L'occasione da non perdere

MALGRADO LA PANDEMIA IL GRUPPO MAIORA
CONTINUA A CRESCERE E INVESTIRE.
IL PRESIDENTE E AD PIPPO CANNILLO
SCOMMETTE SUL FUTURO



Ci sono pochissimi settori dell'economia italiana che possono guardare al futuro con ottimismo. Uno di questi è sicuramente la Gdo. Il Gruppo Maiora di Corato, concessionario nel Centro-Sud Italia dei marchi Despar, Eurospar, Interspar e - nel settore Cash&Carry - Alta Sfera, ne è uno dei protagonisti indiscussi. Con un fatturato alle casse di 805,5 milioni nel 2019 e 472 punti vendita, rappresenta una delle aziende italiane leader del settore. Con Pippo Cannillo, Presidente e Amministratore delegato del gruppo, abbiamo parlato di questi mesi difficili ma soprattutto di quello che ci aspetta.

Quanto ha inciso la pandemia sul vostro lavoro?

Sono stati mesi molto duri sotto l'aspetto organizzativo della gestione delle strutture. Tutto il nostro gruppo, che ormai coinvolge 2300 persone, non si è mai tirato indietro. In questi mesi molti avrebbero potuto trovare delle scuse per farlo, com'è avvenuto nel mondo della scuola o in occasione delle elezioni amministrative. Invece ha prevalso lo spirito di gruppo. E così abbiamo garantito il servizio al cliente con la

serietà e la professionalità di sempre. Peraltro non abbiamo registrato nessun caso di Covid tra i nostri dipendenti. E anche questo può essere motivo di vanto e dimostrazione di aver rispettato le norme emanate durante la pandemia. È una piccola medaglia che ci mettiamo al petto.

Ha tenuto anche il flusso di cassa?

Dal punto di vista dei numeri, i clienti ci stanno premiando. Non sappiamo se continuerà così, perché ci aspettiamo che la capacità di spesa scenderà non appena ci sarà lo sblocco dei licenziamenti. Per ora ci portiamo dietro l'onda lunga del lockdown, ma ci riteniamo fortunati rispetto a settori economici che in questi mesi si sono completamente bloccati.

Stare notando uno spostamento verso le strutture di quartiere?

Sì, la pandemia ha obbligato la gente a non allontanarsi da casa, quindi in tanti hanno riscoperto le strutture di vicinato. La tendenza si è radicata e credo che in molti non andranno più nei grandi centri commerciali, o ci andranno di meno.

E che contromisure state prendendo?

Noi abbiamo una rete mista. Stiamo rifocalizzando le strutture più grandi verso il food, rendendole più specializzate: dei veri e propri templi del mangiar bene, del mangiar sano, del km 0 e della riscoperta del territorio. Stiamo ristrutturando la prima struttura acquisita da Auchan, quella di Modugno, che diventerà una "cattedrale" per i cultori del buon cibo.

Quali sono i dati più importanti dell'ultimo bilancio, quello del 2019?

A pensarci oggi sembra il bilancio di un'altra epoca. In ogni caso, è un bilancio in cui migliorano i nostri indici reddituali e patrimoniali. Ciò vuol dire che la nostra formula funziona e che i clienti apprezzano il nostro modo di fare retail. In questo modo possiamo contare sulla liquidità per finanziare lo sviluppo sostenibile anche nei prossimi anni. Una cosa importante è che fatto 100 il valore generato, solo il 4% resta agli azionisti, mentre il 96% va ai dipendenti, alla comunità, agli enti locali. Si tratta di un dato per noi molto importante.

E il bilancio 2020 come sarà?

Al netto del Covid ci vedrà comunque crescere in maniera sensibile perché



abbiamo fatto investimenti di espansione e ristrutturazione della rete che oggi stanno dando i loro frutti. Credo che alla fine l'impatto del Covid non inciderà più di tanto sui nostri numeri. Dovremmo crescere del 20%, anche grazie alla crescita dei nostri Cash& Carry.

Un settore in cui credete molto...

Abbiamo acquisito altre due strutture da una storica azienda pugliese e probabilmente l'anno prossimo ne

apriremo altri due. A livello nazionale il settore perde il 15%, noi dovremmo registrare a fine anno un +10%.

Dove cercate di migliorarvi ulteriormente?

In tutto, sempre. Abbiamo stanziato 70 milioni di euro per la crescita e il rimodernamento della rete dei supermercati Despar, Eurospar ed Interspar. Ma stiamo investendo tanto anche in marketing e tecnologia

al servizio dei punti vendita. L'automazione e l'intelligenza artificiale, oltre ai software particolarmente evoluti, ci permetteranno di migliorare costantemente il servizio. Stiamo crescendo del 25% anche nelle vendite online, che rappresentano ancora una nicchia ma registrano un interesse crescente, al di là del lockdown. Per questo implementeremo ancora di più la nostra piattaforma e-commerce desparacasa.it.

Come vede il futuro dell'Italia e della Puglia?

Il Covid porterà effetti molto più strutturali di quelli che vediamo oggi. Con lo sblocco dei licenziamenti ci sarà un aumento a doppia cifra dei disoccupati. In alcuni settori ci sarà una moria di aziende, ma in altri, come il turismo, ci sarà anche l'affacciarsi di nuove realtà. Abbiamo comunque delle grandi opportunità perché il nostro paese beneficerà di un'ingente quantità di fondi che non ha mai visto prima. Spero che l'Italia e la Puglia non si facciano trovare impreparate, perché ci sarà poco tempo per investire quei soldi e incanalarli in iniziative a forte valore aggiunto.

Sempre più Sostenibili

Il Covid non ha fermato nemmeno la Responsabilità sociale del Gruppo Maiora, da sempre impegnato in collaborazioni con enti benefici e Onlus, con i quali realizza progetti a livello nazionale e locale. Si è da poco conclusa, infatti, "Puliamo il Mondo", l'iniziativa organizzata da Legambiente che ha visto la partecipazione attiva di Maiora e dei suoi collaboratori in 12 comuni italiani. È ormai consolidata la collaborazione tra Maiora e la virtuosa impresa sociale italiana "I Bambini delle Fate", finalizzata all'inclusione sociale di chi vive ogni giorno la sfida dell'autismo e della disabilità fisica. Nelle prossime settimane, i ragazzi saranno protagonisti di una esperienza di inclusione lavorativa: il confezioneranno prodotti ortofrutticoli in vendita nei punti vendita Despar, il cui ricavato andrà a sostegno di nuove attività.