



**FOOD**  
RETAIL

**Format  
& Canali**  
— 2021 —



# MAIORA SVILUPPA UN NUOVO SUPERSTORE

LA CONCESSIONARIA DESPAR PER IL CENTRO-SUD HA CONVERTITO IN INTERSPAR TRE IPERMERCATI EX-AUCHAN ACQUISITI DA CONAD, ADOTTANDO IL MODELLO MESSO A PUNTO IN COLLABORAZIONE CON L'UNIVERSITÀ DI PARMA. SUPERMERCATI ED E-COMMERCE FANNO REGISTRARE LA CRESCITA PIÙ SIGNIFICATIVA

📍 Valentina Gatti

**A** dattarsi è l'unica strategia vincente per sopravvivere al cambiamento: un concetto darwiniano sempre più attuale in questi tempi moderni 'baumaniani', incerti, fluidi, volatili. **Lo sa bene Maiora Despar Centro Sud che favorisce l'evoluzione dei comportamenti di consumo e di acquisto trasformando il suo modo di mettersi in relazione con lo shopper.** Così sviluppa un nuovo Interspar (superstore) dal percorso cliente più snello e dall'assortimento più ampio e profondo, converte l'ipermercato – che ha ormai perso il suo ruolo strategico – in superstore e potenzia supermercato (l'Eurospar) e canale online, ovvero i due format che hanno registrato la crescita più significativa durante la pandemia da Covid-19. Lascia intatti il piccolo negozio alimentare di prossimità (Despar Express) e la superette (Despar), che al momento non richiedono modifiche.

## AREE TEMATICHE PER LO SHOPPING 'AGILE'

Tra luglio e dicembre dello scorso anno, sono state realizzate delle nuove aperture a insegna Interspar a Mo-

dugno (Ba; 3.000 mq), Pescara (zona aeroporto; 3.500 mq); Villanova di Cepagatti (Pe; 3.800 mq). Inoltre, nello stesso periodo, l'espansione commerciale in Abruzzo ha anche riguardato l'Interspar di Silvi Marina (Te; 3.000 mq). Tutte impostate sulla base del format studiato da Despar Centro Sud in collaborazione con l'Università degli studi di Parma e la stretta collaborazione con gli uffici londinesi Spar International.

Destinato alla replicazione, **il nuovo format è stato ideato per migliorare la shopping experience del cliente attraverso l'esplosione degli assortimenti**, sia in ampiezza che in profondità. Italianità e freschezza del prodotto sono gli elementi che caratterizzano l'offerta, che dedica ampio spazio ai fornitori di prodotti locali.

**Il layout del nuovo Interspar, impreziosito dal soffitto nero e da indicatori di reparto luminosi, suddivide la superficie di vendita in aree tematiche ben definite:** l'Enoteca; la Gastronomia, calda e fredda, per consumo interno e da asporto, che introduce nuove ricette e pasta fresca sfusa artigianale; la Macelleria, che propone carni frollate e preparati da cuocere; i Freschi e Freschissimi, che dedicano ampio spazio a caseifici locali, prosciutto al taglio a mano e al corner sushi; la Pescheria, con ittico confezionato e banco servito, piatti pronti e preparati di pesce; il 'Mondo Pasta&Olio', che propone una vastissima offerta di pasta fresca, sec-



ca e ripiena; il 'Mondo Festa', che espone articoli per il party e le occasioni e speciali, sia food che non food; il 'Mondo Birre', che presenta una ricca gamma di birre artigianali e semi artigianali.

**“Il successo di questo store format – spiega Pippo Cannillo, Presidente e Amministratore Delegato di Maiora Despar Centro Sud – è strettamente legato, da un lato, all’elevata componente di servizio che offre al cliente e, dall’altro, all’agilità del suo percorso di acquisto.** Abbiamo notato infatti che, durante la pandemia, il consumatore ha espresso apertamente la necessità di godere di una shopping experience più snella e veloce. Ecco perché ritengo che il superstore ideale debba avere una dimensione non superiore ai 3.000-3.500 metri quadri, proporre layout e display di facile lettura, essere situato nella periferia della città, offrire un ampio parcheggio”.

## IL SUPERMERCATO EUROSPAR COMPETE CON IL FOOD DELIVERY

Tra tutti, **il format che esprime al meglio le proprie potenzialità è il supermercato Eurospar (700-1.200 metri quadri), come dimostra il trend superiore al +10% registrato nel 2020 rispetto all’anno precedente.** “Sicuramente la pandemia ha premiato questa tipologia di format – sottolinea Cannillo -. Il consumatore, infatti, ha diminuito i propri spostamenti e si è recato soprattutto nei punti vendita vicini alla propria abitazione, in grado di offrire l’opportunità di comprare, in un’unica occasione di acquisto, il paniere completo di una spesa quotidiana”.

In risposta alla domanda crescente di consumo domestico e con l’obiettivo di alzare l’asticella del servizio alla clientela e competere con i servizi di food delivery offerti nelle grandi città, **Maiora sta implementando la consegna a domicilio anche di prodotti di gastronomia calda.**

## E-COMMERCE DESPAR A CASA, NON SOLO CLICK & COLLECT

Al canale e-commerce Despar Centro Sud si può accedere tramite sito e app dedicata. **Il servizio, al momento, è attivo su 13 punti vendita, che coprono circa 20 città.** Per ora non si prevedono attivazioni di dark store, perché i volumi per singola piazza non ne giustificerebbero la necessità: il personale dedicato alla gestione del servizio online è per lo più interno e solo su alcune piazze l’attività di delivery è stata esterna-

## Il format Despar

Insegna	Despar
Format	Supermercato e prossimità
N. punti vendita	25
Superficie media	450 mq
N. referenze	Circa 9.500
Quota referenze Mdd sul totale	22%
Quota referenze Idm sul totale	41%
Reparti	Grocery, nofoodl, ortofrutta, macelleria e vendita assistita di salumi e formaggi
Produttività a mq	4.000 euro
Incidenza freschi e freschissimi sul totale fatturato	38%
Location	Centro città
Cadenza delle attività promozionali	In media ogni 10 giorni
Tipologia delle attività di fidelizzazione	Programma loyalty Salvadanaio Despar e vantaggi/servizi/promozioni dedicate ai possessori di carta fedeltà Despar Sempre mia
Servizi offerti	Servizio di ritiro e pagamento in negozio delle stampe digitali; servizio di prenotazione, ritiro e pagamento dei libri scolastici; servizio di ricarica cellulare e saldo Amazon in modalità click & collect

Fonte: dati aziendali



**Pippo Cannillo,**  
Presidente e Ad  
Maiora Despar  
Centro Sud

**lizzata. Despar a casa include sia la consegna a domicilio che il click & collect; entrambe le modalità sono gratuite per una spesa superiore ai 40 euro; sotto questa soglia, la consegna a domicilio ha un costo di 2,99 euro.**

“Il nostro e-commerce si è ampiamente diffuso in piena emergenza coronavirus – conferma Cannillo –, quando anche il consumatore più ‘ostile’ alla tecnologia ha potuto scoprire e apprezzare la comodità di ricevere la spesa a casa e, in generale, di poter evitare code al supermercato. In questa fase di post emergenza la domanda si è stabilizzata, tuttavia il numero di consumatori che usufruisce del servizio e-commerce è maggiore rispetto al pre-Covid”.

Il retailer ha registrato nel 2020 un +25% delle vendite online e prevede di continuare a investire per sviluppare ulteriormente la rete del canale. **Le promozioni online sono allineate con quelle del punto vendita di riferimento e ne rispettano la**



**medesima pianificazione.** “Il pricing del canale offline rispecchia quello del canale online – precisa Cannillo –. Ciò che differisce è la minore ampiezza dell’assortimento e la programmazione di promozioni specifiche per l’online, che spesso si sovrappongono a quelle dell’offline. **Lo scontrino del canale online è decisamente superiore a quello dei negozi fisici, poiché la frequenza di acquisto dello shopper digitale è minore e i suoi acquisti d’impulso maggiori.** Sulle nostre vendite online, le promozioni incidono solo di qualche punto percentuale in meno rispetto a quanto non facciano sul sell out del canale offline”. ■

© Riproduzione Riservata

## Il format Eurospar

Insegna	Eurospar
Format	Supermercato
N. punti vendita	29
Superficie media	850 mq
N. referenze	Circa 12.500
Quota referenze Mdd sul totale	19%
Quota referenze Idm sul totale	40%
Reparti	Grocery, nofood1, alcuni comparti del nofood2, ortofrutta, macelleria e vendita assistita di salumi e formaggi, pescheria
Produttività a mq	3.480 euro
Incidenza freschi e freschissimi sul totale fatturato	36%
Location	Città
Cadenza delle attività promozionali	In media ogni 10 giorni
Tipologia delle attività di fidelizzazione	Programma loyalty Salvadanaio Despar e vantaggi/servizi/promozioni dedicate ai possessori di carta fedeltà Despar Sempre mia
Servizi offerti	Programma loyalty Salvadanaio Despar e vantaggi/servizi/promozioni dedicate ai possessori di carta fedeltà Despar Sempre mia; servizio di ritiro e pagamento in negozio delle stampe digitali; servizio di prenotazione, ritiro e pagamento dei libri scolastici; servizio di ricarica cellulare e saldo Amazon in modalità click & collect

Fonte: dati aziendali

## Il format Interspar

Insegna	Interspar
Format	Grandi supermercati e superstore
N. punti vendita	35
Superficie media	2.000 mq
N. referenze	Circa 17.500
Quota referenze Mdd sul totale	15%
Quota referenze Idm sul totale	33%
Reparti	Grocery, nofood1, nofood2, ortofrutta, macelleria e vendita assistita di salumi e formaggi, pescheria, gastronomia e panetteria
Produttività a mq	6.632 euro
Incidenza freschi e freschissimi sul totale fatturato	32%
Location	Periferia della città
Cadenza delle attività promozionali	In media ogni 10 giorni
Tipologia delle attività di fidelizzazione	Programma loyalty Salvadanaio Despar e vantaggi/servizi/promozioni dedicate ai possessori di carta fedeltà Despar Sempre mia
Servizi offerti	Programma loyalty Salvadanaio Despar e vantaggi/servizi/promozioni dedicate ai possessori di carta fedeltà Despar Sempre mia; Servizio di ritiro e pagamento in negozio delle stampe digitali; servizio di prenotazione, ritiro e pagamento dei libri scolastici; servizio di ricarica cellulare e saldo Amazon in modalità click & collect

Fonte: dati aziendali