



# FOOD RETAIL

**STRATEGIE  
2021**

Numeri, piani di sviluppo  
e obiettivi dei player della Gdo



# UN NUOVO FORMAT PER MAIORA

NEL 2020 AUMENTANO IL FATTURATO, I NEGOZI E L'ONLINE. IL GRUPPO HA FATTO ESORDIRE L'INTERSPAR NELLE SUPERFICI EX AUCHAN E HA PARTECIPATO ALLA COSTITUZIONE DI FORUM

Valentina Gatti



“Il nuovo format Interspar, destinato a essere replicato, nasce per migliorare la shopping experience, nel segno dell'italianità e della freschezza dei prodotti”

Pippo Cannillo,  
Presidente  
e Amministratore  
Delegato Maiora  
Despar Centro Sud

Se Maiora Despar Centro Sud volesse parafrasare i manifesti di speranza che hanno colorato i palazzi di tutto il mondo nell'anno appena trascorso, leggeremmo sul suo balcone “è andato tutto bene”. Il suo 2020 si è concluso con un +20% circa di giro d'affari, l'apertura di sette nuovi punti vendita e la ristrutturazione di tre; e ancora, con una crescita del 25% del canale e-commerce e la creazione della nuova supercentrale d'acquisto Forum, di cui Pippo Cannillo è Presidente.

## L'ESPANSIONE DELLA RETE

“La crescita del turnover di Maiora è da attribuire all'impulso positivo del canale franchising – spiega a Food Pippo Cannillo, Presidente e Amministratore Delegato Maiora Despar Centro Sud – e alle nuove aperture nel canale cash & carry e retail”.

Nel 2020, il gruppo ha investito 15 milioni di euro per la crescita e l'ammodernamento della rete. A febbraio sono stati inaugurati due store Altasfera di 10.000 mq e 2.700 mq, rispettivamente a San Cesario di Lecce e a Monopoli (Ba), grazie alla partnership con la società Ali-gros della famiglia Montinari, proprietaria delle strutture. Tra aprile e settembre, poi, sono stati ristrutturati tre punti vendita: il Despar di Minervino Murge (675 mq), l'Interspar di Scalea in via Fiume Lao (1.600 mq) e il Despar di Lamezia in via Milite Ignoto (800 mq). **Tra luglio e dicembre, in virtù dell'accordo tra Maiora e Margherita Distribuzione (Conad), sono state realizzate cinque nuove aperture con l'insegna dell'abette:** l'Eurospar di Pescara (viale Pindaro; 600 mq) e gli Interspar di Silvi Marina (Te, 2.250 mq), Modugno (Ba, 3.000 mq), Pescara (zona aeroporto; 3.500 mq) e Villanova di Cepagatti (Pe, 3.800 mq). Quelli di Modugno, Pescara e Villanova di Cepagatti sono stati realizzati sulla base del nuovo format Interspar, studiato da Despar Centro Sud in collaborazione con l'Università degli Studi di Parma. “Destinato alla replica – sottolinea Cannillo –, **il nuovo format è stato ideato per migliorare la shopping experience del cliente attraverso l'esplosione degli assortimenti**, sia in ampiezza che in profondità, al fine di garantire la giusta soluzione per ogni occasione di consumo. I protagonisti sono l'italianità e la freschezza del prodotto, con un focus particolare ri-



servato ai fornitori di prodotti locali”. **Il layout del nuovo Interspar, impreziosito dal soffitto nero e da indicatori di reparto luminosi, definisce la superficie di vendita in aree tematiche ben definite:** accanto all’Enoteca, la Gastronomia, la Macelleria – per citare qualche reparto – si segnalano il ‘Mondo Pasta&Olio’, che propone un vastissima offerta di pasta fresca, secca e ripiena, il ‘Mondo Festa’, che espone articoli per il party e le occasioni e speciali, sia food che no food, e il ‘Mondo Birre’, che presenta una ricca gamma di birre artigianali e semi artigianali.

### ASSORTIMENTI FOCALIZZATI SUI LOCALISMI

“Siamo strettamente legati al nostro territorio – dichiara Cannillo – e ci serviamo principalmente da fornitori locali e presenti nella nostra area di competenza. Per esempio, nel reparto ortofrutta su 72 fornitori totali, 52 sono localizzati nel Sud; precisamente 19 in Puglia, 14 in Campania, 10 in Calabria, 4 in Basilicata e 5 in Sicilia”; **per l’80% sono produttori o fornitori a livello nazionale e per la restante parte grossisti:** con loro Despar Centro Sud collabora da anni nell’ottica della reciproca soddisfazione, della ricerca della filiera e della valorizzazione delle produzioni e delle eccellenze del territorio in cui opera. In generale, il consumatore Despar predilige il prodotto locale e fresco, ma nel 2020 le sue preferenze sono state profondamente influenzate dalla pandemia da Covid-19, soprattutto in termini di formato e di esperienza di acquisto.

**“Durante il periodo del lockdown e in quello immediatamente successivo abbiamo riscontrato un trend di crescita positivo sui confezionati a libero servizio** – chiarisce Cannillo –. Questo è dovuto principalmente alla volontà da parte del consumatore di ridurre il percorso di acquisto e i tempi di attesa all’interno dei punti di vendita. Inoltre, abbiamo registrato una riduzione della frequenza di acquisto settimanale e questo ha portato i consumatori a spostare parte dei propri consumi su prodotti che presentano una maggiore shelf life, come, per l’appunto, i freschi confezionati. Certamente, è stata dedicata maggior attenzione all’area del take away. L’offerta a scaffale, invece, non ha subito nessun cambiamento rilevante rispetto al periodo precedente all’emergenza coronavirus. Anche in questa fase, seppure in maniera decisamente minore rispetto al primissimo periodo dell’emergenza, sono ancora l’effetto ‘stock’ e l’effetto ‘prevenzione e salute’ a guidare i consumatori nella scelta: di conseguenza, **le confezioni multiple**

## Maiora in cifre

Incassi 2019	800 milioni di euro
Trend fatturato 2020	8% rete costante; 12,74% rete corrente (solo rete diretta dettaglio); +20% totale azienda
Insegne	Despar Express, Despar, Eurospar, Interspar, Iperspar, Altasfera
Quota di mercato a livello nazionale	1,03% (fonte: elaborazione su base Gnlc set. 2020 iper + super + lsp)
Regioni presidiate	5: Puglia, Basilicata, Campania, Calabria, Abruzzo
Quota di mercato a livello regionale	Puglia 10,50%, Basilicata 16,45%, Campania 3,08%, Calabria 11,80%, Abruzzo 6,18%
N. punti vendita	430: 334 Despar (di cui 23 Despar Express), 53 Eurospar, 29 Interspar, 7 Iperspar, 7 Altasfera
N. medio di referenze in assortimento	Iperspar 19.000, Interspar 16.500, Eurospar 12.500, Despar 9.500, Altasfera >3.000 mq 12.000, Altasfera <3.000 mq 9.000
Linee marca del distributore	Despar 1.200 ca, posizionamento di prezzo inferiore del 15/20% rispetto al leader di categoria; Premium 340 ca, posizionamento di prezzo superiore del 15/20% rispetto al leader di categoria; altre linee 1.100 (Scelta Verde Bio, Logico, Scelta Verde Eco rispetto, Despar Enjoy, Era Ora, Vital, Veggie, Molly, Scotty)
Incidenza Mdd sulle vendite	18% a valore
Incidenza della pressione promozionale sulle vendite a volume e a valore	29% a volume, 27% a valore (punti di vendita diretti)
N. titolari carta fedeltà	circa 500.000
Punti di contatto online	www.despar.com; www.maiora.com; e-commerce www.desparacasa.it; social: Facebook, Instagram; numero verde: 800 688 513; mail verde despar.risponde@maiora.com

Fonte: dati aziendali

**e le promozioni, soprattutto se abbinate a prodotti per la cura della casa, sono fattori di forte impulso all’acquisto in questo particolare momento.** Riteniamo, inoltre, che il prospettarsi di un futuro ancora incerto intensificherà una tendenza naturale al risparmio”.

### CRESCONO GLI EUROSPAR E L’E-COMMERCE

La pandemia ha inciso in modo determinante anche sulle performance dei format distributivi. A causa delle restrizioni alla mobilità imposte durante i periodi di lockdown, il consumatore – come è noto – ha spostato



in parte i suoi acquisti verso la prossimità, a discapito degli ipermercati, e verso il canale e-commerce. “Registriamo nel complesso un aumento delle vendite a valore rispetto a quanto realizzato nell’anno precedente – conferma Cannillo –, ma è nei punti vendita Eurospar, di metratura compresa tra i 700 e 1.200mq, che notiamo la crescita maggiore”.

**Maiora dichiara inoltre un incremento del 25% delle vendite online.** “Il servizio e-commerce ‘desparacasa’ si è ampiamente diffuso in piena emergenza coronavirus – evidenzia 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 supermercato digitale di Despar Centro Sud è disponibile tramite il sito e l’app dedicata; le promozioni online sono allineate con quelle offline del punto vendita di riferimento e ne rispettano la medesima programmazione. Il servizio include sia la consegna a domicilio che la modalità click & collect. Entrambi i servizi sono gratuiti. **“Durante la pandemia abbiamo attivato in tempi record il servizio su oltre 20 piazze:** una vera e propria impresa – ribadisce Cannillo – se si considerano tutte le procedure necessarie alla gestione della spesa online, come l’utilizzo degli strumenti logistici, la gestione dei contenitori polibox per la conservazione dei prodotti freschi, freschissimi e surgelati, l’implementazione dei dispositivi per i pagamenti elettronici e, non ultimo, la formazione dei collaboratori”.

**I volumi per singola piazza non giustificerebbero il picking da dark store, ma Maiora non esclude di implementare questa formula in futuro.** “Il personale dedicato alla gestione del servizio online è per lo più

interno, perché crediamo nel valore del contatto con il cliente, anche nella consegna a domicilio – dice Cannillo –. Solo su alcune piazze abbiamo esternalizzato l’attività di delivery, affidandola a vettori con cui abbiamo consolidato un rapporto di partnership”.

interno, perché crediamo nel valore del contatto con il cliente, anche nella consegna a domicilio – dice Cannillo –. Solo su alcune piazze abbiamo esternalizzato l’attività di delivery, affidandola a vettori con cui abbiamo consolidato un rapporto di partnership”.

**Il piano di sviluppo 2020-2023 di Maiora prevede lo stanziamento di 70 milioni di euro per la crescita e il riassetto della rete.** Nel 2021 saranno spesi circa 10 milioni di euro, ma ai consueti investimenti per l’ammodernamento e lo sviluppo della rete di vendita se ne affiancheranno altri nella logistica. Non è prevista invece l’espansione in nuove province e regioni. “Il territorio in cui operiamo è già molto vasto – spiega Cannillo –. Nei prossimi anni puntiamo crescere nei territori già presidiati, dove abbiamo raggiunto una quota di mercato del 10,50% in Puglia, del 16,45% in Basilicata, del 3,08% in Campania, dell’11,80% in Calabria, del 6,18% in Abruzzo. **Il budget 2021 è fortemente condizionato dall’impatto della pandemia, di cui è difficile stimare la durata residua e l’impatto sulle vendite.** Riteniamo che anche nel 2021 osserveremo una crescita dei volumi a doppia cifra”.



L’aumento delle vendite online di Maiora grazie all’e-commerce desparacasa.

Il servizio comprende sia la consegna a domicilio sia il click & collect

## IL FUTURO PASSA DA FORUM

La grande novità del 2021 è l’avvio di Forum, la nuova supercentrale d’acquisto presieduta proprio da Pippo Cannillo. Nata dall’alleanza tra C3, Crai Secom, Despar Servizi e D.IT-Distribuzione Italiana, **Forum rappresenta una quota del 9% nel mercato italiano (fonte: Iri TopTrade), assestandosi così tra le prime in Italia,** con un concentrato all’acquisto intorno ai 5 miliardi di euro e una presenza capillare sul territorio di circa 5 mila negozi in tutti i canali in cui operano le strutture territoriali. “Sono molto felice per il nuovo incarico – conclude Cannillo –. Passione, impegno e gioco di squadra saranno gli elementi portanti del mio mandato”. ■

