



Despar lancia al Sud il supermercato digitale: fai la spesa online e la consegna è a domicilio

Di redazione - 15 maggio, 2019

Continua la crescita di Despar Centro-Sud, che dopo aver chiuso il 2018 con un fatturato di 805 milioni alle casse (+2% sul 2017), annuncia per il 2019 novità, investimenti e assestamento. Protagonista del 2019 è www.desparacasa.it, il nuovo servizio lanciato da Maiora, concessionaria del marchio Despar per il Centro Sud Italia: tutta la qualità dei prodotti presenti nei negozi Despar è trasferita in un supermercato digitale.

La consegna a domicilio, infatti, è fatta con un vettore dedicato e contenitori in grado di preservare la catena del freddo, permettendo al cliente di scegliere tra tutti i prodotti, anche freschissimi e surgelati. Sarà così possibile ricevere la spesa al proprio indirizzo di residenza o prelevarla presso l'Interspar di Corato (Bari), dal lunedì al sabato (la domenica si potrà effettuare la spesa online e riceverla a casa o ritirarla presso il punto vendita il giorno successivo) scegliendo tra sette fasce orarie giornaliere comprese dalle 10:00 alle 14:00 e dalle 18:00 alle 21:00. Per procedere alla chiusura dell'ordine non è richiesto un importo minimo di spesa, mentre il pagamento potrà essere fatto online o alla consegna. Le stesse modalità sono replicate anche per il ritiro della spesa direttamente presso il punto di vendita. Il servizio «Despar a casa» copre, nella fase iniziale di test, l'intero comune di Corato: «È questo il primo passo verso la digitalizzazione di alcuni store strategici del Centro e Sud Italia», sottolinea Pippo Cannillo, presidente e AD di Maiora. Accanto allo sviluppo della spesa on-line, Despar Centro-Sud ha già avviato nel 2019 un piano di investimenti di 7 milioni legato all'espansione della propria rete in Calabria, Puglia, Basilicata, Campania e Abruzzo, che conta oggi un totale di 388 punti di vendita. L'obiettivo di giro d'affari per il 2019 «è raggiungere gli 850 milioni di euro circa alle casse con un incremento dell'8-9% - conclude Cannillo - comprendendo aperture e nuove affiliazioni. Il +3,5% del primo trimestre è più che soddisfacente».