

Maiora (Despar): 70 milioni per lo sviluppo online e offline

Di **Alessandra Bonaccorsi** - 7 Luglio 2020



Nel primo semestre 2020, il **gruppo Maiora**, concessionario del marchio Despar per il Centro-Sud, ha registrato un incremento del +15% circa. Attualmente opera con 72 punti di vendita, tra diretti, affiliati e somministrati, impiega oltre 2.800 collaboratori e conta un giro d'affari alle casse di 805,5 milioni e una crescita di circa 30 milioni di euro di fatturato nel 2019.

Per il futuro punta su nuove aperture, restyling importanti e valorizzazione dell'eCommerce

*grazie a investimenti per 70 milioni di euro. "Il 2020 resterà un anno caratterizzato dall'emergenza Coronavirus che ci ha trovati pronti nell'attuare tutte le misure a tutela della salute e sicurezza della nostra forza lavoro e dei consumatori, ma è il momento di guardare al futuro -spiega **Pippo Cannillo, presidente e Ad Maiora**-. Ripartiamo dal nostro ambizioso piano investimenti con l'obiettivo di consolidare quanto costruito fino ad ora e soprattutto investire al Sud, terra che ci ospita e nella quale crediamo. Siamo orgogliosi di contribuire allo sviluppo e alla crescita del nostro territorio".*

Il piano di sviluppo 2019/2021 di Maiora

Pippo Cannillo, presidente e Ad Maiora

Sono già state **programmate sei aperture** tra cui lo store Eurospar da poco inaugurato a Pescara e, tra pochi giorni, Interspar a Silvi Marina (Te). Sono invece 20 le ristrutturazioni, a partire dal recentissimo restyling del punto di vendita Interspar di Scalea (Cs) e, nei prossimi mesi, del negozio Despar di Lamezia Terme (Cz). Si tratta di un progetto di espansione che porterà il giro di affari a crescere del 20% entro la fine del 2020, raggiungendo il miliardo di euro alle casse.

La crescita dell'eCommerce



Il servizio desparacasa.it è nato nel 2019 e oggi è attivo su oltre 20 piazze tra Puglia, Basilicata, Abruzzo e Calabria, a cui si aggiungeranno a breve anche quelle di Barletta (Bt), Nardò (Le) e Brindisi (attivate 8 nuove piazze in tempi record durante la pandemia per soddisfare una domanda in ascesa esponenziale). Il **servizio eCommerce, cresciuto nel 2020 del +25%**, si è, infatti, ampiamente diffuso in piena emergenza Coronavirus. Nella successiva fase “post emergenza” la domanda si è stabilizzata, ma il numero di consumatori che ne usufruisce è maggiore rispetto al periodo pre-covid.

Prodotti a marchio

Tra gli obiettivi di crescita del gruppo anche la valorizzazione dell'assortimento dei prodotti a marchio Despar, per il 98% proveniente da produttori italiani. L'offerta comprende oltre 200 prodotti igp e dop a marchio Despar insieme alla linea di vini di filiera, composta da prodotti di eccellenza provenienti da quasi tutte le regioni d'Italia.

Alessandra Bonaccorsi

Vivo e lavoro in Sicilia, terra di spazzanti contrasti e di straordinarie virtù. La cronaca mi ha battezzato, il retail mi ha conquistato. Seguo l'evoluzione e lo sviluppo delle insegne food e non food sul territorio. Amo libri, teatro e cinema in egual misura. E scrivo per lavoro e per passione.

