

Maiora presenta il progetto digitale

IL CEDI DESPAR DEL SUD ITALIA PUNTA A OFFRIRE UNA NUOVA ESPERIENZA D'ACQUISTO, COMBINANDO TECNOLOGIA E NUOVI FORMAT STORE, COMPRESSE LE VENDING MACHINE IN OTTICA MULTITASKING

I cedi Despar del sud Italia punta a offrire una nuova esperienza d'acquisto, combinando tecnologia e nuovi format store in ottica multitasking.

Dalla formula vending a un supermarket dedicato ai pendolari. Il tutto con l'obiettivo di migliorare la shopping experience e attrarre nuovi target di clienti, grazie all'integrazione tra la rete fisica di distribuzione e quella digitale. Per Maiora, cedi Despar del sud Italia, investire nelle nuove tecnologie è diventata una priorità strategica, da sviluppare di pari passo con la rapida crescita dell'azienda nella gdo. Il player, che nel 2013 ha realizzato un fatturato alle casse di 360 milioni di euro, conta 100 punti vendita diretti a insegna Despar, 250 negozi in franchising, quattro cash and carry Altasfera e altrettante piattaforme distributive. "Il progetto Express - spiega **Nicola Tarricone, responsabile marketing di Maiora** -, rappresenta una fucina di soluzioni pensate per il consumatore moderno. Attualmente, infatti, sono in fase test esperienze di click & collect, distributori automatici, app e nuovi format di supermercati. Grande attenzione, nel contempo, è rivolta verso i canali di comunicazione social, che diventeranno le key factor dei nostri piani commerciali e di marketing". Express ha mosso recentemente i suoi primi passi con l'installazione di vending machine in cinque città pugliesi, tutte collocate nelle zone di maggior traffico pedonale. Entro il primo semestre di quest'anno, invece, ne seguiranno altri in Campania, Basilicata e Calabria. I dispositivi vantano un'offerta di circa 1000 referenze, conservando gli stessi prezzi dei prodotti a scaffale. A breve, inoltre, sarà aperto a Bari il primo negozio dedicato ai pendolari, con un'offerta tailor made per andare incontro alle esigenze di chi ha poco tempo per la spesa. Consentire un notevole risparmio di tempo, personalizzando i servizi, è anche l'aspira-



IL 2015 SARÀ L'ANNO DEL CLICK & COLLECT

Scuole, parcheggi, stazioni della metro, banche. Insomma, ovunque sia più comodo scegliere di ritirare i propri acquisti. Secondo la società di ricerca Deloitte, nel Vecchio Continente è in corso una rivoluzione delle vendite al dettaglio, che porterà tra l'altro a un vero e proprio boom per il cosiddetto click & collect. Si prevede, infatti, che il numero delle location adibite al ritiro della spesa raggiungerà, a livello europeo, quota cinquecentomila unità, grazie a un aumento del 20% rispetto al 2014. I luoghi più gettonati per la consegna della spesa resteranno gli armadietti, con il 67% delle preferenze, davanti alle stazioni e ai negozi che, intanto, continueranno ad attrezzarsi per gestire il cambiamento anche dal versante prettamente logistico.

zione dei cosiddetti locker, che verranno ugualmente posizionati negli snodi di maggior passaggio dei viaggiatori. "Si tratta di cassette postali identificabili attraverso un codice - spiega Tarricone -. Dopo aver effettuato la spesa online, tramite l'apposita sezione dell'app Mydespar, i clienti potranno ritirare la spesa in qualsiasi momento della giornata presso le apposite cassette. Oppure scegliere di effettuare l'ordine e poi trovarla già imbustata nel supermercato indicato, evitando così le eventuali file tra banco macelleria e salumeria. Attualmente, attraverso l'applicazione mobile è possibile consultare tra l'altro il volantino delle offerte, il proprio saldo punti della carta fedeltà e il catalogo DesparVivi i Colori".

360 mln

IL FATTURATO IN EURO REALIZZATO NEL 2013 DAL RETAILER