



FOOD

Retail 2020

SPECIAL ISSUE - Insegne, canali e trend del mercato



16 - 20 Febbraio 2020
Düsseldorf, Germania



VIENI A TROVARCI
HALL 16



Caffè Motta
aumenta i giri del motore
leggi a pag. 25

Maiora punta al miliardo di euro

La concessionaria Despar del Centro-Sud intende raggiungere cifra tonda nel giro d'affari nell'arco di un triennio. Crescendo per linee interne, ma non solo

di **Guido Chiusano**

A indicare la rotta è stato Franco Cannillo, in occasione dell'evento organizzato per festeggiare i suoi 50 anni di attività imprenditoriale, lo scorso ottobre: **“Il traguardo di Maiora è raggiungere un miliardo di euro nel prossimo triennio”**. Un obiettivo ambizioso, da costruire sulle basi di un 2019 chiuso a 800 milioni di euro di incassi. La crescita sarà per linee interne, ma è stato lo stesso Franco Cannillo a raccontare di trattative in corso per acquisire pezzi di rete di altri operatori. D'altra parte il mercato nel suo complesso attraversa un momento di grande fibrillazione e c'è quasi l'imbarazzo della scelta per chi ha capitali e il desiderio di provare a rilanciare realtà commerciali in difficoltà.

Accordo con Aligros nel cash & carry

Una prima mossa comunque Maiora l'ha già fatta, stipulando **un accordo con Aligros, società proprietaria di due cash & carry a Monopoli (Ba) e San Cesario (Le). Il contratto prevede un fitto d'azienda di lungo periodo a partire da questo mese di gennaio**. Sempre in occasione delle celebrazioni per il mezzo secolo di attività commerciale (vedi *Food 12-2019*, pag. 46) **Pippo Cannillo – figlio di Franco, nonché Presidente e Amministratore Delegato di Maiora**, di cui i Cannillo sono azionisti al 55% – ha chiarito che sul cash & carry sono in corso delle riflessioni, alla luce



delle opportunità intraviste nel canale professionale. Maiora – che possiede cinque c&c a insegna Altasfera – pensa in particolare a superfici comprese tra i 3mila e i 5mila mq, ritenendo di avere assortimenti adatti a quelle dimensioni. A San Cesario però la partita sarà diversa, perché si tratta di un cash & carry di circa 10mila metri quadri, punto di riferimento per molti anni in un'ampia parte della Puglia.

Sul fronte del dettaglio, il calendario di impegni è fitto. Maiora conta di aprire quest'anno – tra punti vendita nuovi e altri profondamente ristrutturati – quattro Interspar, un Eurospar e due Altasfera (i già citati c&c di Aligros). In particolare sarà interessante verificare quali soluzioni verranno adottate nelle superfici maggiori. Il modello sviluppato a partire da maggio 2018 con l'inaugurazione dei 1.490 metri quadri dell'Interspar di Terlizzi, nel barese, è stato successivamente riproposto in altri contesti, ma sempre di dimensioni paragonabili. Non a caso lo stesso Pippo Cannillo ha affermato che, nelle superfici fino a 2mila mq, Maiora ha buone ragioni per credere di aver trovato la quadratura del cerchio. **Il 2020 sarà l'anno in cui la 'ricetta'**

verrà testata su un Interspar grande, destinato a essere completamente ripensato e trasformato in un superstore intorno ai 3mila mq circa.

Il progetto e-commerce in fase di accelerazione

Altro capitolo interessante dell'attività di Maiora è quello delle vendite online. L'esordio è datato maggio 2019 e questo dovrebbe essere un anno davvero importante in termini di espansione della presenza geografica. “Dopo essere stata lanciata come supermercato digitale del punto vendita Interspar di Corato (centro in provincia di Bari dove Maiora ha sede, ndr) la nostra **piattaforma tecnologica e-commerce www.desparacasa.it** ha esteso il servizio al territorio di Ruvo di Puglia – fanno sapere dall'azienda – potenziandosi anche in Abruzzo grazie all'adesione dell'Eurospar di Pescara e in Calabria con l'Interspar di Cosenza-Rende. Nei prossimi due mesi saranno coperte anche le piazze di Trani, Nardò nel leccese e Melfi, in provincia di Potenza. **L'intenzione è quella di coinvolgere nel progetto tutti i punti vendita diretti della rete Maiora e arrivare ad almeno il 50% entro la fine del 2020”**.

L'offerta virtuale non ha nulla da invidiare a quella fisica, in termini di ampiezza della scelta. "La vetrina online di www.desparacasa.it è speculare agli scaffali del supermercato fisici delle insegne Despar Centro Sud coperte dal servizio – sottolineano in azienda – presentando lo stesso numero di referenze. **Sono infatti migliaia i prodotti in vendita sul nostro e-commerce: assieme a tutte le linee a marchio Despar è possibile mettere nel carrello i prodotti dell'industria, dagli alimentari alle bibite, dai**



Da sinistra, **Franco** e **Pippo Cannillo**

Maiores in cifre

| | |
|---|---|
| Incassi 2019 | 800 milioni di euro |
| Trend fatturato previsto 2020 | +3% rete costante, +18,10% rete corrente |
| Insegne | Despar, Eurospar, Interspar, Iperspar, Altasfera |
| Quota di mercato nazionale | 0,90% (fonte: GNLC Settembre 2019) |
| Regioni presidiate | 5: Puglia, Basilicata, Campania, Calabria, Abruzzo |
| Quota di mercato regionale | Puglia: 9,30%, Basilicata: 15%, Campania: 3%, Calabria: 12,40%, Abruzzo: 2,50% (dati escluso discount, fonte: GNLC Settembre 2019) |
| N. punti vendita | 412: 314 Despar, 60 Eurospar, 26 Interspar, 7 Iperspar, 5 Altasfera |
| N. nuove aperture programmate nel 2020 | 4 Interspar, 2 Altasfera, 1 Eurospar |
| N. medio di referenze in assortimento | Iperspar: 18.500 ca, Interspar: 16.500 ca, Eurospar: 12.500 ca, Despar: 9.500 ca, Altasfera > 3000 mq: 12.000 ca, Altasfera < 3000 mq: 9.000 ca |
| N. referenze Mdd | Despar: 1.460 ca – posizionamento di prezzo inferiore del 15/20% rispetto al leader di categoria, Premium: 230 ca – posizionamento di prezzo superiore del 15/20% rispetto al leader di categoria, altre linee: 475, Bio-Benessere: 275 |
| N. nuovi lanci Mdd nel 2019 | 440 referenze |
| Incidenza Mdd sulle vendite | 15% a valore riferito ai punti vendita diretti |
| Incidenza della pressione promozionale sulle vendite | 33% a valore riferito ai punti vendita diretti |
| N. titolari carta fedeltà | 480.000 |
| Punti di contatto online | sito internet Mydespar: www.mydespar.it , sito Internet Maiora: www.maiora.com/ , e-commerce: www.desparacasa.it ; social: Facebook, Instagram, LinkedIn; Numero Verde: 800 688 513; Mail Verde: despar.risponde@maiora.com |

I dati si riferiscono ai punti vendita della rete con insegna Despar, Eurospar, Interspar, Iperspar e Altasfera. Non sono compresi i somministrati - fonti: dati aziendali e GNLC (Guida Nielsen al Largo Consumo) Settembre 2019 per le quote di mercato

prodotti tipici dei nostri territori a una cantina con un'importante selezione di vini, includendo articoli di cura casa e persona e bazar leggero. Garantire un'offerta completa di referenze anche sul punto di acquisto online ha per noi la finalità di dare la possibilità ai nostri clienti di non rinunciare alla qualità dei prodotti Despar reperibili nel punto vendita tradizionale".

I vantaggi del marketplace diretto

Ma perché se è così forte l'interesse per l'e-commerce, Maiora non ha accelerato i tempi stringendo accordi con una realtà come Supermercato24, cioè operatori che già presidiano il canale e sono in grado di guidare le insegne della Gdo fisica nel mercato virtuale? **"Quando Maiora ha concepito il nuovo e-commerce www.desparacasa.it – rispondono dall'azienda – lo ha inserito all'interno del suo costante processo di innovazione che vede protagonista il marchio dell'Abete a 360 gradi.** Fondamentale però, era non snaturare il ruolo di contatto e relazione con il territorio e di ascolto nei confronti dei consumatori. In questo contesto, pur consapevoli delle opportunità offerte dalle piattaforme e-commerce italiane, abbiamo voluto assecondare la nostra esigenza di trasferire la qualità dei prodotti presenti sugli scaffali Despar in un marketplace che avremmo potuto gestire direttamente, ispirati dall'**obiettivo di assicurare che la qualità del servizio offerto ai nostri clienti venisse monitorata dall'inizio alla fine del processo:** dall'esperienza d'acquisto dell'utente, fino alla consegna – ci teniamo a sottolinearlo – puntuale, cordiale e familiare nella relazione fra i corrieri Despar e chi riceve la spesa casa, garantendo la salvaguardia della freschezza dei prodotti scelti". ■