

# Cannillo, mezzo secolo di retail (e non solo)

Nel 1969 iniziava l'avventura imprenditoriale di Franco Cannillo, diventato oggi uno dei principali operatori della Gdo del Meridione. Ma anche produttore alimentare con Cerealitalia, ramo industriale di un gruppo che mantiene una forte impronta familiare

di **Domenico Apicella**

**“E**ravamo in 12, in volo verso l'Olanda, ospiti di Ferrero. Tutti

soci di Mdo e quindi – parliamo della fine degli anni '90 – titolari di reti di negozi a insegna Di Meglio. Io dissi: 'Creiamo la Di Meglio spa, fondiamo le nostre aziende'. Scoppiarono tutti a ridere e mi risposero che ero un visionario. Maiora non è altro che quella stessa 'visione' che ebbi allora, a migliaia di metri da terra". **Franco Cannillo ha avviato la sua attività commerciale nel 1969 a Corato, in provincia di Bari, aiutando il fratello Sergio in una piccola rivendita all'ingrosso di detersivi e coloniali.**

In 50 anni è diventato uno dei più grandi operatori della Gdo del Sud Italia. Ha fatto molte cose nel corso dei decenni, sempre affiancato dalla moglie Nicolangela, investendo in settori economici diversi: distribuzione ovviamente, ma anche produzione alimentare, logistica, immobiliare. Due, però, sono le scelte che più di altre ne rendono particolare la storia.

**La prima è l'aver unito nel 2012 la Cannillo con un'altra storica azienda della Gdo pugliese, la Ipa Sud della famiglia Pescechera, dando vita così a Maiora** (per il 55% di proprietà dei Cannillo). Lo schema è stato replicato – seppure con qualche differenza –

nel 2014, quando Maiora ha preso in gestione la rete della calabrese Gam, diventando (come nel caso di Ipa Sud) assuntore nella procedura di concordato e quindi accollandosi i debiti.

Gli imprenditori italiani sono formidabili, ma faticano a collaborare, creare rete, rinunciare al ruolo di capoazienda assoluto. Franco Cannillo ha consapevolmente voluto andare oltre il personalismo, inevitabile corollario di ogni esperienza imprenditoriale. A dimostrarlo è anche l'episodio avvenuto su quel volo per Amsterdam e da lui stesso raccontato in occasione dei festeggiamenti per il cinquantesimo del gruppo. **Nicola Pescechera è oggi Vicepresidente di Maiora e i suoi tre**

**figli hanno ruoli di responsabilità:**

**Luigi alla Direzione Acquisti, Giuseppe a Edp e Logistica, Marco al Controllo di gestione e Finanza.**

Altrettanto non scontata nel tessuto economico italiano è la seconda mossa di Cannillo: l'aver preparato e gestito il passaggio generazionale, accogliendo in azienda prima, nel 1996, **la figlia Ileana – che oggi si occupa degli acquisti per il canale cash & carry – e poi il secondogenito Pippo, ora Presidente e Amministratore Delegato di Maiora,** tornato a Corato nel 2003 dopo la laurea in Economia Aziendale in Bocconi e gli studi in Marketing presso la Hec (École des Hautes Études Commerciales) di Parigi.

## La sfida del cash & carry

Padre e figlio dichiarano di condividere impostazione, valori e visione. Non a caso per Pippo Cannillo il modello Maiora resta valido per il futuro, pronto a includere altre imprese in un'ottica di crescita e sviluppo. Entrambi ammettono di confrontarsi in modo talora 'acceso', ma visto dall'esterno, il cocktail generazionale – risultato purtroppo esplosivo e indigesto in aziende anche importanti – qui sembra funzionare. E dare ulteriore spinta



La famiglia Cannillo: a sinistra Grazia De Gennaro accanto al marito Pippo, a seguire Nicolangela Nichilo e il marito Franco Cannillo con la figlia Ileana

verso obiettivi ambiziosi: **“Maiores dice Pippo Cannillo – chiuderà l’anno con un giro d’affari della rete di circa 850 milioni di euro.** Nel 2020 rinvigoreremo il canale cash & carry, che non abbiamo mai abbandonato, anche se negli ultimi anni era necessario dare la priorità all’integrazione con Ipa Sud e Gam. Dal 1° gennaio, prenderemo in gestione attraverso un fitto d’azienda di lungo periodo i due c&c di Aligros di Nardò e San Cesario, nel leccese”. Le due strutture – in precedenza affidate dalla società fondata da Brizio Montinari alla Supercentro di Taranto – si vanno ad aggiungere ai cinque cash & carry Altasfera che Maiora ha a Corato e Molfetta (Ba), Manfredonia (Fg), Laterza (Ta), Crotone. “Ci sono spazi da sfruttare nel canale professionale – continua Pippo Cannillo – che in realtà al suo interno comprende formule molto differenti tra loro. Si va dalle insegne che vendono solo grocery puntando su volumi e prezzi, fino ad arrivare a chi, come il leader Metro, propone servizi pensati per la clientela Horeca. Un arco di offerta molto ampio, raccolto tutto sotto la definizione di cash & carry, mentre nel dettaglio per descrivere la stessa varietà abbiamo a disposizione tanti termini diversi quanti sono i format: supermercato, superstore, ipermercato, ecc. **Noi pensiamo a superfici tra i 3mila e i 5mila mq, perché riteniamo di avere assortimenti adatti a queste dimensioni.** Crediamo inoltre che il cash & carry non sia un paradigma irrinunciabile, come ci dimostra proprio Metro. Oggi facciamo solo ‘cash’, ma non è detto che non si possa gestire con determinati limiti anche una dilazione dei pagamenti. E allo stesso modo si può andare oltre la formula ‘carry’, impostando un servizio di consegna. **Il modello classico può essere superato, ma l’idea che ci debba essere un ‘supermercato per i professionisti’ mantiene il suo valore”.**



La sede di Maiora, concessionaria del marchio Despar, a Corato (Ba)

“Quando io ho iniziato a fare ingrosso, Aligros era un punto di riferimento nel settore e per tutto il territorio leccese – ricorda Franco Cannillo –. È un presidio che ha quindi una storicità e un ruolo importante; va adeguato ai tempi e noi crediamo di avere le capacità manageriali e l’esperienza per riuscirci”.

Sul fronte del dettaglio, **Maiores che è concessionaria del marchio Despar – conta invece 419 punti vendita tra supermercati di proprietà e in franchising,** situati in Puglia, Basilicata, Campania, Calabria e Abruzzo per una superficie di vendita complessiva di oltre 263mila mq. Importante è stata l’inaugurazione realizzata a maggio 2018 dell’Intespar di Terlizzi: 1.490 mq progettati in collaborazione con l’unità di design di Spar International e che rappresentano il modello di punta di Maiora, già replicato in altre location (come nella ristrutturazione fatta a Lucera, nel foggiano, di una superficie ampiamente descritta da Food in una delle newsletter riservate ai membri della sua community). “Per quanto

riguarda le superfici fino a 2mila mq crediamo di aver trovato la nostra quadratura del cerchio – afferma Pippo Cannillo –, oltre tale soglia dobbiamo ancora approfondire bene come e cosa proporre. **Nel 2020 comunque lanceremo un format Intespar grande, cioè un superstore intorno ai 3mila mq, ammodernando un punto vendita già esistente”.**

È Franco Cannillo a indicare il programma di sviluppo accelerato che attende la locomotiva retail del gruppo. **“Il traguardo di Maiora è raggiungere un miliardo di euro nel prossimo triennio.** Una crescita così importante non si può ottenere solo per linee interne. Abbiamo trattative in corso relativamente a pezzi importanti di reti di altri operatori, in aree anche molto limitrofe a quelle già presidiate”.

### **Da Mr. Kanny a Dolci Preziosi**

Di certo l’interesse per le operazioni straordinarie resta vivo. E riguarda anche **Cerealitalia, il ramo industriale del gruppo, creato e seguito per molti anni dalla già citata Nicolangela**

**Nichilo**, compagna di vita e alter ego aziendale di Franco Cannillo. “Nel 1998, dopo cinque anni di ricerche e analisi di mercato – racconta Nichilo – nacque Mr. Kanny, che mirava a coniugare la naturale vocazione cerealicola della Puglia con la tradizione anglosassone dei cereali da prima colazione. Da subito abbiamo puntato sulla qualità: ingredienti genuini, processi di produzione certificati, materie prime locali e un’attenzione, spiccatamente italiana, al gusto e alla salute. Non è stato semplice proporci alla Gdo, ma la risposta dei consumatori ci ha dato la certezza di poter fare di più”. La progressiva managerializzazione, a partire dall’arrivo di Paolo Piacenza, ex Direttore Vendite di Parmalat e oggi Presidente di Cerealitalia, è coincisa con l’avvio di un piano di acquisizioni. **Nel 2015 viene rilevata Torrebianca-Cerealitalia, specializzata in barrette di cioccolato e cereali.** La divisione cambia denominazione in Ceralitalia Industrie Dolciarie e produce nei due stabilimenti di Corato (Ba) e Frigento (Av) cereali e cioccolato a proprio marchio, per private label e importanti player del settore dolciario, in Italia e all’estero. **A fine 2018 il salto dimensionale, con l’acquisizione da 20 milioni di euro del marchio Dolci Preziosi,** specializzato nei prodotti dolciari fuori pasto per bambini e ragazzi, in particolare uova di Pasqua, legati spesso a licenze di personaggi del mondo dell’entertainment (serie tv, animazione, film, musica). Nel 2019 Cerealitalia è infine entrata nel business degli snack salati con Nature Snack Sapori Mediterranei, un prodotto che unisce le qualità nutrizionali dei legumi (Lenticchia di Altamura Igp e Ceci della Murgia) a materie prime provenienti da filiera controllata. Ecco questa stessa storia riassunta in numeri: **dai 5 milioni di euro del 2005, il ramo industriale del gruppo Cannillo è salito ai 40 del 2019 e**



Franco Cannillo, Fondatore del gruppo

**dovrebbe toccare i 50 milioni il prossimo anno,** con esportazioni in 33 Paesi. “L’obiettivo per Cerealitalia è superare i 100 milioni di euro nei prossimi anni – assicura Franco Cannillo – e valuteremo tutte le opportunità di acquisizioni che si dovessero presentare”. Anche in questo caso non vengono ovviamente specificati i possibili target, ma pare evidente che un’operazione nell’ambito del cioccolato continuativo porterebbe a un consolidamento di Cerealitalia, integrandosi bene con le attuali aree di operatività. Quando la famiglia di imprenditori baresi ha deciso di mettere mano al gruppo – disegnando una struttura con al vertice la holding Cannillo, che controlla le società attive nei diversi ambiti – ha fatto anche la scelta di mantenere una presenza diretta nella logistica attraverso la S.M.A.R.T. partecipata al 100 per cento. Il perché lo spiega Pippo Cannillo, con una motivazione sintomatica della sua strategia imprenditoriale. **“Eternalizzare la logistica sarebbe stata la cosa più semplice, invece noi abbiamo fatto il contrario.**

Siamo convinti che questo settore nel prossimo futuro sarà investito da fattori in grado di stravolgerlo completamente, quindi riteniamo importante conservare un punto di osservazione. E non escludiamo di fare dei passi ulteriori, per sviluppare la divisione”.

**Da ultimo, la holding Cannillo è attiva nel real estate, attraverso le società Octavo, Capex e Operae** (controllate rispettivamente al 100%, al 55% e al 40%) che si occupano della gestione del patrimonio immobiliare aziendale e della realizzazione di edifici a uso residenziale e commerciale.

### Tutto, tranne il discount

Quel diciassettenne che nel 1969, dopo la scuola, teneva la contabilità delle vendite di coloniali e detersivi nella piccola attività di famiglia, in 50 anni ha fatto molta strada. Vivendo e contribuendo a scrivere la storia della distribuzione moderna in Italia. Con un’eccezione: il discount. Alla domanda del perché non abbia mai puntato su un format che proprio nella sua Puglia è divenuto leader, Franco Cannillo sospira: **“Sin da subito ho ritenuto quello del discount un mestiere completamente diverso dal ‘supermercato’.** Negli anni ho visto molti tentativi di scimmiettarlo, con soluzioni un po’ improvvisate, ma nessuna ha avuto fortuna. Al contrario, solo le imprese che hanno sviluppato progetti seri sono state poi in grado di fronteggiare la concorrenza degli specialisti tedeschi. **Se all’epoca fossi stato in qualcuno dei gruppi di acquisto da cui poi nacquero quelle esperienze, probabilmente sarei stato anche io della partita.** Forse altri sono stati più lungimiranti, ma io penso di essere stato consapevole dei nostri limiti: non me la sentivo di partire da zero, con un progetto completamente nuovo. E poi, cosa vuole, nella vita non si può indovinarle tutte”. ■