



# RASSEGNA STAMPA

“DESPAR ITALIA: NUOVE  
AGGREGAZIONI E MODELLI DI  
BUSINESS”

28 luglio 2014

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION MILANO FINANZA  
PERIODICITÀ/ISSUED SETTIMANALE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION 83.057  
LETTORI/READERSHIP 332.000  
SETTORE/SECTOR ECONOMIA / FINANZA



RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

## Gdo, dalle centrali d'acquisto ai super scatta il risiko del carrello

di Claudia Cervini

**I**l panorama della grande distribuzione italiana potrebbe cambiare volto già nei prossimi mesi. Lm&a ha infatti investito il comparto della gdo con matrimoni e alleanze di varia natura tra le insegne di supermercati e ipermercati e non si esclude nemmeno la fuoriuscita di catene straniere dal Paese. Le forze in atto, che contribuiscono a questo rimescolamento di carte, sono di natura diversa. Ci sono, per esempio, le insegne nazionali che acquisiscono realtà regionali: è il caso di Despar che, proprio in questi giorni, ha portato a termine il processo di integrazione commerciale iniziato nel 2013 tra le società Gam e Maiora (realtà da 600 milioni di euro di fatturato), creando il grande polo del Mezzogiorno. Il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, commentando l'operazione ha gettato le basi della strategia futura del gruppo. «Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie e questa strategia trova già attuazione in Despar Italia», spiega Gatto. «Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sem-

bra la piattaforma ideale per un'ulteriore crescita». Una crescita che prende spunto anche dalle economie di scala sempre più utili nel Mezzogiorno. «Da un lato si generano chiare sinergie e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive». Secondo quanto riportato dalla stampa locale nelle scorse ore, questo m&a non risparmia neanche i pesci di «medie dimensioni». Tanto che 36 punti vendita Despar ed Eurospar passeranno, recita la stampa di settore, a Conad Tirreno e a Conad Umbria.

Di natura simile, anche se in salsa tutta straniera, la vicenda che riguarda i punti vendita italiani della catena Rewe che opera con il marchio commerciale Billa. La catena tedesca, dopo avere attuato un importante piano di razionalizzazione e riorganizzazione della rete vendita, ha ceduto 53 supermercati lombardi al gruppo francese Carrefour (già forte nella fascia medio-alta della distribuzione in Italia). Verosimilmente Billa non lascerà il Belpaese prima del 2016, visto che rimane aperta la trattativa per i restan-

ti 83 punti vendita del gruppo Rewe in Piemonte, Liguria e Veneto, Emilia e Valle d'Aosta. Negozi che, secondo alcuni rumor, potrebbero interessare i primi due player italiani del settore.

C'è poi il riassetto in atto nelle centrali d'acquisto, strumento di razionalizzazione e programmazione delle forniture funzionale a ottenere una riduzione dei prezzi di acquisto, una semplificazione delle procedure, il controllo dei consumi, e un'ottimizzazione della logistica. Dopo l'istruttoria avviata dall'Antitrust lo scorso 4 dicembre a carico della Centrale italiana, la stessa ha proposto all'Autorità garante della concorrenza il proprio autoscioglimento e la rinuncia, dal 2015, all'attività di negoziazione. Contestualmente è risorta, sotto il nome di Core, la Copernic: l'alleanza europea della grande distribuzione fondata nel 2006 che includeva Conad per l'Italia, Coop Suisse (Svizzera), Colruyt (Belgio), Rewe Group (Germania) ed E. Leclerc (Francia). La nuova entità, una società cooperativa belga con sede a Bruxelles, mette insieme una rete di vendita di circa 20 mila negozi e gruppi, indipendenti l'uno dall'altro, che

hanno realizzato nel 2013 complessivamente un giro d'affari di 88 miliardi di euro, il 6,7% dell'intero mercato europeo e ha l'obiettivo di offrire ai consumatori prezzi più competitivi in vista di nuovi sviluppi anche fuori dai confini. Questa mossa dimostra come i player domestici cerchino sempre maggiore spazio in Europa.

Tornando al risiko retail all'interno dei confini italiani, al momento i gruppi leader (da Esselunga a Coop) rimangono alla finestra. È di giovedì 24 l'indiscrezione che Conad sta studiando un mega-fondo del valore di circa 800 milioni nel quale inserire un ingente portafoglio di supermercati e ipermercati. Solamente un modo per distinguere la strategia di business dalla gestione immobiliare ottenendo anche sgravi fiscali o l'intenzione di cedere qualche punto vendita? Comunque sia i dati di settore non fanno ben sperare: tra i canali distributivi il discount è l'unico a guadagnare terreno nelle vendite al dettaglio (+2,4% a maggio 2014 rispetto allo stesso periodo 2013), mentre continuano a soffrire l'ipermercato (-1,1%) e il supermercato (-0,9%). (riproduzione riservata)

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION MILANOFINANZA.IT  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 122.612  
SETTORE/SECTOR ECONOMIA / FINANZA



RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

## Gdo: Despar I., obiettivo 2014 e' favorire aggregazioni

MILANO (MF-DJ)--"Il Consorzio Despar Italia sta vivendo oggi una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi gia' nel 2014".

Lo afferma in una nota il Consorzio che opera nella grande distribuzione, precisando che il 2013 ha portato ad una riduzione dei consumi nell'area alimentare e il dato del -2,1% per le vendite al dettaglio va di pari passo con una riduzione del potere d'acquisto risultato simile a quello del 2007. Secondo il Consorzio non si puo' andare avanti senza un adeguamento strategico dei modelli di business. Despar Italia ha colto questo scenario come stimolo al miglioramento rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della Gdo italiana.

"La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata", commenta il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, "e' costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova gia' attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende piu' competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi".

com/lab

(fine)

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION CORRIERE.IT  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 2.334.960  
SETTORE/SECTOR INFORMAZIONE

RASSEGNA STAMPA A CURA DI



## CORRIERE DELLA SERA

20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

ECONOMIA

### Gdo: Despar I., obiettivo 2014 e' favorire aggregazioni

19:22 MILANO (MF-DJ)--"Il Consorzio Despar Italia sta vivendo oggi una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi gia' nel 2014". Lo afferma in una nota il Consorzio che opera nella grande distribuzione, precisando che il 2013 ha portato ad una riduzione dei consumi nell'area alimentare e il dato del -2,1% per le vendite al dettaglio va di pari passo con una riduzione del potere d'acquisto risultato simile a quello del 2007. Secondo il Consorzio non si puo' andare avanti senza un adeguamento strategico dei modelli di business. Despar Italia ha colto questo scenario come stimolo al miglioramento rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della Gdo italiana. "La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata", commenta il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, "e' costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova gia' attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende piu' competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi". com/lab (fine) MF-DJ NEWS 2519:22 lug 2014

[Indietro](#)

[indice](#)

[Avanti](#)

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION MF DOW JONES  
PERIODICITÀ/ISSUED AGENZIA  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP N.D.  
SETTORE/SECTOR ECONOMIA / FINANZA

**MF/DOWJONES**  
**News**

RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

ECONOMIA

## Gdo: Despar I., obiettivo 2014 e' favorire aggregazioni

**19:22** MILANO (MF-DJ)--"Il Consorzio Despar Italia sta vivendo oggi una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi già nel 2014". Lo afferma in una nota il Consorzio che opera nella grande distribuzione, precisando che il 2013 ha portato ad una riduzione dei consumi nell'area alimentare e il dato del -2,1% per le vendite al dettaglio va di pari passo con una riduzione del potere d'acquisto risultato simile a quello del 2007. Secondo il Consorzio non si può andare avanti senza un adeguamento strategico dei modelli di business. Despar Italia ha colto questo scenario come stimolo al miglioramento rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della Gdo italiana. "La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata", commenta il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, "è costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova già attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi". com/lab (fine) MF-DJ NEWS 2519:22 lug 2014

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION FINANZA.TISCALI.IT  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 816.819  
SETTORE/SECTOR ECONOMIA / FINANZA

RASSEGNA STAMPA A CURA DI



tiscali: finanza

20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

## Gdo: Despar I., obiettivo 2014 e' favorire aggregazioni

25/07/2014 19.22

[Consiglia](#) [Tweet](#) [G+1](#) [Commenta](#)

MILANO (MF-DJ)--"Il Consorzio Despar Italia sta vivendo oggi una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi già nel 2014".

Lo afferma in una nota il Consorzio che opera nella grande distribuzione, precisando che il 2013 ha portato ad una riduzione dei consumi nell'area alimentare e il dato del -2,1% per le vendite al dettaglio va di pari passo con una riduzione del potere d'acquisto risultato simile a quello del 2007. Secondo il Consorzio non si può andare avanti senza un adeguamento strategico dei modelli di business. Despar Italia ha colto questo scenario come stimolo al miglioramento rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della Gdo italiana.

"La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata", commenta il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, "è costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova già attuazione. È recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi".

com/lab  
(fine)

MF-DJ NEWS

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION FINANZA.MSN.IT  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 15.240.734  
SETTORE/SECTOR ECONOMIA / FINANZA

RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

Aggiornato il: 25/07/2014 | autore MilanoFinanza



## Gdo: Despar I., obiettivo 2014 e' favorire aggregazioni



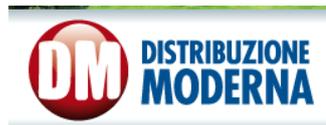
MILANO (MF-DJ)--"Il Consorzio Despar Italia sta vivendo oggi una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi già nel 2014".

Lo afferma in una nota il Consorzio che opera nella grande distribuzione, precisando che il 2013 ha portato ad una riduzione dei consumi nell'area alimentare e il dato del -2,1% per le vendite al dettaglio va di pari passo con una riduzione del potere d'acquisto risultato simile a quello del 2007. Secondo il Consorzio non si può andare avanti senza un adeguamento strategico dei modelli di business. Despar Italia ha colto questo scenario come stimolo al miglioramento rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della Gdo italiana.

"La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata", commenta il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, "è costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova già attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi".com/lab

(fine)

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 25.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION DISTRIBUZIONE MODERNA.INFO  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 9.740  
SETTORE/SECTOR TRADE



RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11



25 Luglio 2014  
GDO

## Despar Italia: favorire le aggregazioni per continuare a crescere

Il Consorzio Despar sta vivendo una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi già nel 2014. L'insegna ha colto lo scenario di riduzione dei consumi nell'area alimentare come stimolo al miglioramento e a un adeguamento strategico dei modelli di business rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5

miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della GDO italiana.

Il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, commenta: "La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata è costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova già attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi".



SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION GDOWEEK.IT  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 15.171  
SETTORE/SECTOR TRADE

RASSEGNA STAMPA A CURA DI

**GDOWEEK**



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11



Retail

## Despar punta sulle aggregazioni

**L'integrazione tra Gam e Maiora è l'esempio più recente della strategia Despar per il 2014-2015. Obiettivo: consolidare le aziende e renderle più competitive sul mercato**

Roberto Pacifico

25 Luglio 2014

Mentre in Italia il mercato della distribuzione organizzata continua a confrontarsi, subendone gli effetti depressivi sul piano dei risultati economici, con la pressione esercitata dalla crisi economica e con le sempre più limitate risorse di spesa da parte delle famiglie, "il Consorzio **Despar Italia** mantiene la sua capacità di adattamento e competitività, e sviluppa nuove soluzioni - afferma **Antonino Gatto** (in foto), presidente Despar Italia - Il Consorzio sta vivendo una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. Questa è la risposta che il mercato chiede attualmente e che Despar Italia s'impegna a dare, con risultati attesi già nel 2014".

### Link

- ▣ Despar Nordest fatturato 2013 +1%, "un dato in controtendenza"
- ▣ Conclusa l'integrazione commerciale tra Gam e Maiora

### Despar fra i primi dieci gruppi distributivi

Nel 2013 è proseguito l'andamento negativo dei consumi alimentari. Il dato delle vendite al dettaglio (-2,1%) va di pari passo con la riduzione del potere d'acquisto e riporta al 2007. In questo scenario Despar resta fra i primi 10 gruppi della Gdo italiana, con un giro d'affari 2013 di 3,5 miliardi di euro.

### I benefici delle aggregazioni

"Le aggregazioni sono necessarie, soprattutto in questo frangente del mercato - aggiunge Gatto - e noi di Despar Italia stiamo trasferendo nella pratica questo assunto. Ricordo, a titolo d'esempio, la recentissima integrazione tra Gam e Maiora sotto l'ombrello Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma è anzi la piattaforma ideale per potenziare la crescita, con un doppio vantaggio: si generano economie di scala e i fornitori estendono il raggio d'azione traendo nuova linfa dall'incremento dei volumi di vendita e dalla maggiore competitività".

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION GDONEWS.IT  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 6.802  
SETTORE/SECTOR TRADE

GDO  
news

RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

## Despar Italia: Crescere per competere, le aggregazioni ed i nuovi modelli di business



Despar in un comunicato stampa ha scritto che "Mentre in Italia il mercato della distribuzione organizzata continua a confrontarsi con la pressione generalizzata della crisi economica e con la riduzione della capacità di spesa delle famiglie, il Consorzio Despar Italia mantiene una grande capacità di adattamento, competitività e sviluppa nuove soluzioni. Il Consorzio sta vivendo oggi una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi già nel 2014. Il 2013 ha portato ad una riduzione dei consumi

nell'area alimentare ed il dato del -2,1% per le vendite al dettaglio va di pari passo con una riduzione del potere d'acquisto risultato simile a quello del 2007. Non si può andare avanti senza un adeguamento strategico dei modelli di business. Despar Italia ha colto questo scenario come stimolo al miglioramento rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della GDO italiana."

Il presidente di Despar Italia, Antonio Gatto, commenta: "La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata è costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova già attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi".

SOCIETÀ/COMPANY	DESPAR
DATA/DATE	26.07.2014
TESTATA/PUBLICATION	INFOCOMMERCIO.IT
PERIODICITÀ/ISSUED	ONLINE
DIFFUSIONE/CIRCULATION	N.D.
LETTORI/READERSHIP	3.756
SETTORE/SECTOR	TRADE



RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

## 12:30 - Despar Italia: favorire le aggregazioni per continuare a crescere

12:30 - Despar Italia: favorire le aggregazioni per continuare a crescere Il Consorzio Despar sta vivendo una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi già nel 2014. L'insegna ha colto lo scenario di riduzione dei consumi nell'area alimentare come stimolo al miglioramento e a un adeguamento strategico dei modelli di business rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della GDO italiana. Il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, commenta: "La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata è costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova già attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi".

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION FRESHPLAZA.IT  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 21.652  
SETTORE/SECTOR TRADE



RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

## Despar Italia: aggregazioni e nuovi modelli di business

Mentre in Italia il mercato della distribuzione organizzata continua a confrontarsi con la pressione generalizzata della crisi economica e con la riduzione della capacità di spesa delle famiglie, il Consorzio Despar Italia spinge sviluppa capacità di adattamento, competitività e nuove soluzioni.



Il Consorzio - fanno sapere dall'insegna - sta vivendo oggi una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi già nel 2014. Il 2013 ha portato ad una riduzione dei consumi nell'area alimentare e il dato del -2,1% per le vendite al dettaglio va di pari passo con una riduzione del potere d'acquisto, risultato simile a quello del 2007.

Non si può andare avanti senza un adeguamento strategico dei modelli di business. Despar Italia ha colto questo scenario come stimolo al miglioramento rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della Gdo italiana. Il presidente di Despar Italia, **Antonino Gatto**, commenta: "La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata è costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita e ora il mercato ci suggerisce un **nuovo modello di crescita**. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie e in Despar Italia questa strategia trova già attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar ([cfr. FreshPlaza del 23/07/2014](#))".

"Questa direzione - conclude Gatto - non chiude la porta alla tutela delle **caratteristiche locali**, ma anzi sembra la piattaforma ideale per un'ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i **fornitori** possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi".

SOCIETÀ/COMPANY DESPAR  
DATA/DATE 26.07.2014  
TESTATA/PUBLICATION FIDELITY-ITALIA.IT  
PERIODICITÀ/ISSUED ONLINE  
DIFFUSIONE/CIRCULATION N.D.  
LETTORI/READERSHIP 9.340  
SETTORE/SECTOR TRADE



RASSEGNA STAMPA A CURA DI



20121 Milano - via Fatebenefratelli 19  
T + 39 02 624119.11

## Notizie dai mercati

 Stampa

### Gdo: Despar I., obiettivo 2014 è favorire aggregazioni

DOW JONES & COMPANY, INC.— ULTIMO AGGIORNAMENTO: 18:22 25/07/2014

MILANO (MF-DJ)—Il Consorzio Despar Italia sta vivendo oggi una fase di rinnovamento imperniata su una nuova strategia di crescita: favorire le aggregazioni sino a creare forti poli societari. E' questa la risposta che il mercato chiede e che Despar Italia si pone come obiettivo i cui primi risultati sono attesi già nel 2014'.

Lo afferma in una nota il Consorzio che opera nella grande distribuzione, precisando che il 2013 ha portato ad una riduzione dei consumi nell'area alimentare e il dato del -2,1% per le vendite al dettaglio va di pari passo con una riduzione del potere d'acquisto risultato simile a quello del 2007. Secondo il Consorzio non si può andare avanti senza un adeguamento strategico dei modelli di business. Despar Italia ha colto questo scenario come stimolo al miglioramento rimanendo stabilmente, con un fatturato 2013 di 3,5 miliardi di euro, tra le prime dieci insegne della Gdo italiana.

'La storia degli imprenditori locali della distribuzione organizzata', commenta il presidente di Despar Italia, Antonino Gatto, 'è costellata da grande impegno e dedizione al servizio dei clienti del proprio punto vendita ed ora il mercato ci suggerisce un nuovo modello di crescita. Le aggregazioni sono diventate oggi necessarie ed in Despar Italia questa strategia trova già attuazione. E' recentissimo l'esempio dell'integrazione Gam-Maiora sotto l'insegna Despar. Questa direzione non chiude la porta alla tutela delle caratteristiche locali, ma anzi sembra la piattaforma ideale per una ulteriore crescita. Da un lato si generano chiare economie di scala e dall'altro anche i fornitori possono trarre nuova linfa da un ampliato bacino di azione, dai maggiori volumi e da aziende più competitive. In particolare il sud Italia ha bisogno di interventi di valore come questi'.

com/lab