

Maiora, +15% nel primo semestre 2020: 70 milioni di investimenti



Con 472 punti vendita, tra diretti, affiliati e somministrati, oltre 2.800 collaboratori, un giro d'affari alle casse di 805,5 milioni e una crescita di circa 30 milioni di euro di fatturato nel 2019, Maiora, concessionaria del marchio Despar per il Centro-Sud, ha consolidato il trend virtuoso costante degli ultimi anni, confermandosi tra le realtà leader della Grande Distribuzione nel Mezzogiorno.

Dati e cifre che trovano importanti riscontri anche nel primo semestre del 2020, che ha registrato un ulteriore incremento di circa il 15%, certificando l'efficacia di una strategia basata sulla flessibilità.

Il piano di sviluppo 2019/2021 di Maiora, partito all'insegna degli investimenti nel canale cash & carry (con l'espansione dell'Insegna Altasfera in Puglia a San Cesario di Lecce e Monopoli, in provincia di Bari), si completerà con lo stanziamento di ulteriori 70 milioni di euro per la crescita e il riammodernamento della rete dei supermercati Despar, Eurospar ed Interspar: 6 le aperture previste, tra cui l'Eurospar da poco inaugurato a Pescara e, tra pochi giorni, l'Interspar a Silvi Marina (Te); 20 le ristrutturazioni, a partire dal recentissimo restyling dell'Interspar di Scalea (Cs) e, nei prossimi mesi, del Despar di Lamezia Terme (Cz).

Un progetto ampio e ambizioso che porterà il giro di affari a crescere del 20% entro la fine del 2020, raggiungendo il miliardo di euro alle casse.

Nato nel 2019 e protagonista del 2020 è il servizio e-commerce desparacasa.it: oltre 20 le piazze attive 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).

SPOT NEWS



Pizzoli: raddoppio di efficienza su EPAL

SPOT NEWS



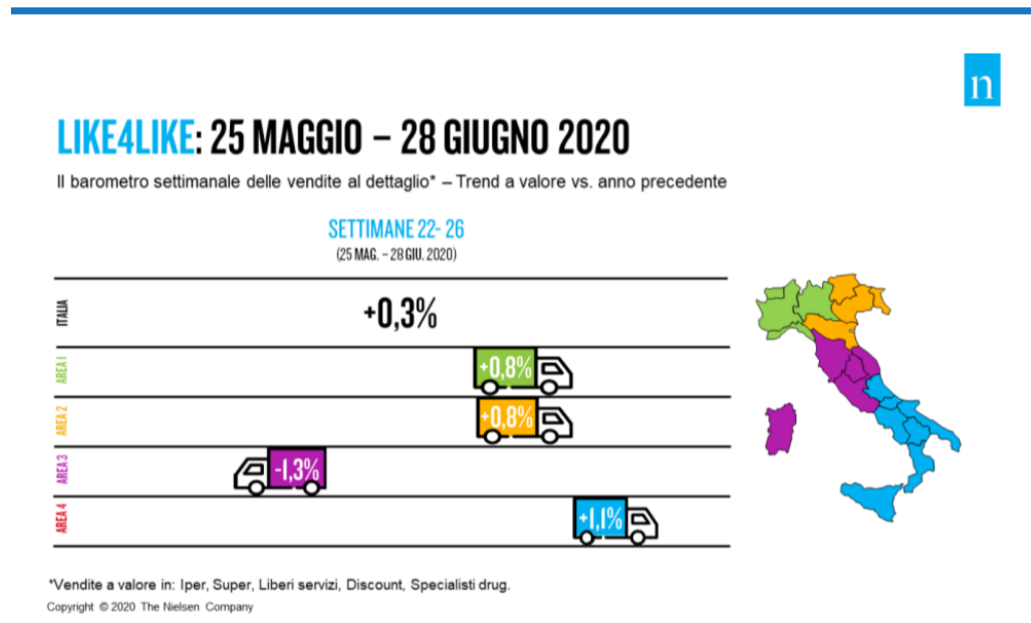
Il servizio e-commerce desparacasa.it, cresciuto nel 2020 del +25%, si è ampiamente diffuso in piena emergenza Coronavirus, quando anche il consumatore più "ostile" alla tecnologia ha potuto scoprire e apprezzare la comodità di ricevere la spesa a casa e, in generale, di poter evitare code al supermercato. Nella successiva fase "post emergenza" la domanda si è stabilizzata, tuttavia il numero di consumatori che usufruisce del servizio e-commerce è maggiore rispetto al periodo pre-covid.

Altro pilastro della crescita della rete Despar nel Mezzogiorno è l'assortimento dei prodotti a marchio Despar, quasi tutti di origine italiana, elemento che risponde ad una sempre più sostenuta domanda dei consumatori di referenze made in Italy: oggi, oltre il 98% dei prodotti a marchio dell'Insegna proviene infatti da produttori italiani.

La valorizzazione delle eccellenze del territorio si traduce in un assortimento di oltre 200 prodotti IGP e DOP a marchio Despar e nella linea di vini di filiera, composta da prodotti di eccellenza provenienti da quasi tutte le regioni d'Italia.



ALTRI ARTICOLI



Nielsen, 25 maggio – 28 giugno 2020: rallenta la crescita della gdo

+0,3% a parità di negozi rispetto allo stesso periodo del 2019.



La filiera del buon latte Inalpi: dal burro al latte in polvere



Nella Gdo la busta paga è light



In viaggio con Gillette Venus Snap

L'azienda ha ideato il rasoio "a prova di beauty case": piccolo, discreto, pratico ed efficace.