



# MAIORA, SUPERSTORE E C&C TRAINANO LA MARCIA

PROSEGUE IL RESTYLING DEI PDV DI DESPAR CENTRO-SUD VOLUTO DA MAIORA, CHE CONFERMA INVESTIMENTI IN INNOVAZIONE E DINAMISMO NEL CANALE C&C, IN CRESCITA

Chiara Franceschi

**U**n nuovo modello di superstore, consolidato, dopo le nuove aperture dell'insegna Interspar di Modugno (Ba) e Pescara, con i recentissimi restyling di Corato (Ba) e, ultimo in ordine cronologico, di Siderno (Rc). Per Maiora, il 'Format 35', concept proposto da Despar Centro-Sud in collaborazione con l'Università di Parma e con gli esperti in store design di Spar International a partire dal 2021, è ormai una certezza: "Il nostro importante piano di riammodernamento della rete prosegue ed è a buon punto - spiega **Pippo Cannillo, Presidente e Amministratore delegato Maiora** - e sta coinvolgendo progressivamente tutti i punti vendita strategici della Calabria. Anche nel remodelling di Siderno abbiamo puntato su una crescita dei servizi, assortimento, professionalità e sostenibilità, per garantire ai nostri clienti un'esperienza di acquisto di maggiore qualità".

## FORMAT 35 SOTTO I RIFLETTORI

"Il Format 35 è il nostro flagship store, offre al cliente una migliore shopping experience - sottolinea **Nicola Tarricone, Responsabile marketing retail Maiora** -. **Rispetto al format supermercato, i nostri superstore differiscono per una maggiore ampiezza e profondità assortimentale, un approfondimento di comparti ritenuti differenzianti e fidelizzanti, una maggiore quota del freschissimo.** Tra le categorie non food, negli store Format 35, sono presenti prevalentemente i piccoli elettrodomestici, l'arredo



**Pippo Cannillo**  
Presidente e  
Amministratore  
delegato Maiora



**986,9 MLN €**

Fatturato 2022

casa, gli accessori tavola e cucina, e il reparto dedicato ai giocattoli".

Tra le novità ci sono i reparti Spazio Festa, un'intera area con tutto l'occorrente per celebrare a casa ogni evento, uno spazio ristoro dove poter consumare i piatti della gastronomia e i corner Sushi e Pronto Fresco in cui poter acquistare frutta fresca già tagliata, estratti, minestrone e spremute pronti per la consumazione. "Inoltre, in questi ultimi anni abbiamo introdotto la produzione di pane fresco, realizzata all'interno dei laboratori Despar - aggiunge Tarricone -. Per il processo di panificazione è stato scelto di utilizzare la biga, un preimpasto che richiede una lunga lievitazione fino a 48 ore. Un servizio aggiuntivo del reparto macelleria nei nostri superstore è dato dalla selezione di carni frollate, tagli pregiati e ricercati che grazie a un naturale processo di maturazione risultano più morbidi, gustosi e gradevoli al palato. Il piano di remodelling prevede inoltre grande attenzione al tema della sostenibilità, mediante l'installazione di impianti di illuminazione a led e di impianti del freddo a CO<sub>2</sub> che sfruttano una tecnologia di refrigerazione di ultima generazione, permettendo l'efficientamento



Una panoramica degli interni dei punti vendita cash and carry Altasfera

energetico ed elevati standard di affidabilità e sicurezza”. Completano l’assortimento di Siderno, ultimo punto vendita totalmente ristrutturato, l’enoteca con cantinetta refrigerata che ospita le migliori etichette e la birreria.

**La scelta di investire nel format superstore si è dimostrata vincente: “Attualmente questo tipo di negozio performa con +14% a valore, rispetto allo scorso anno: riteniamo che tra i punti di forza che ci hanno consentito di ottenere tali risultati ci siano il vasto assortimento presente nei pdv Interspar, la location, il servizio a banco e la linea prezzo – afferma Tarricone –. Crediamo che la metratura ideale per i superstore sia nel range 2.000-2.500 mq, situato in una location popolosa. Sicuramente questo format rappresenta un punto di riferimento per il consumatore moderno grazie a due fattori chiave: assortimento vasto, appunto, e tempi di spesa adeguati”.**

### CASH&CARRY, UN CANALE IN CRESCITA

L’andamento nell’ultimo anno del canale c&c è stato caratterizzato da una costante crescita in termini di vendite a valore: “Si tratta di una progressione anche maggiore rispetto al trend del canale a livello Italia, ovvero del +30% rispetto al +16,4% del trend nazionale (dato riportato dal report Circana-Iri canale c&c 02.2023)”, spiega **Francesca Lagrasta, Responsabile marketing cash&carry Maiora**, che prosegue: “Sicuramente le riaperture post Covid e la ripresa a pieno ritmo della stagione turistica sono stati fattori determinanti in tal senso. L’inflazione, inoltre, ha decisamente avuto un peso importante sulle dinamiche commerciali, alterando i prezzi di vendita e i comportamenti di acquisto. Ciò ha reso indispensabile ripensare ad



Un dettaglio dell’angolo birre, novità presentata con il Format 35

### I format di Maiora

Insegne	Despar, Eurospar, Interspar, Altasfera C&C
Format	Retail (superette, supermercato, superstore), cash&carry
Regioni presidiate	Puglia, Basilicata, Campania, Abruzzo, Calabria, Molise e Lazio
N. di punti vendita	535
Superficie totale	277.850 mq
N. di referenze	Fino a un massimo di 12.500
Quota di referenze Mdd sul totale	20%
Reparti serviti	5 reparti in media: salumi e formaggi, pescheria, macelleria, gastronomia e panetteria
Incidenza delle vendite di freschi e freschissimi sul totale fatturato	50%, ma il dato cambia sensibilmente a seconda del format di vendita
N. di dipendenti medio per punto vendita	23
Eventuali servizi offerti	E-commerce, Yolo assicurazioni, Prenotazione libri scolastici, Too Good To Go, Paga con Satispay, PhotoSi, Carta regalo Despar, altre carte regalo e ricariche

Fonte: dati aziendali

alcune strategie (di prezzo, vendita, comunicazione, esperienza di acquisto) per attenuarne l’effetto. In tal senso, **abbiamo sfruttato questa necessità imposta come pretesto per ipotizzare e implementare progetti di ottimizzazione della rete c&c volti a rafforzare l’engagement con il cliente abituale”.**

A oggi, i clienti target per i c&c Maiora a insegna Altasfera sono rappresentati da bar, hotel e b&b, pizzerie, ristoranti, paninoteche, locali notturni. “La decisione di individuare nella clientela Horeca il nostro focus deriva dall’analisi degli andamenti degli ultimi anni: **si è registrato un aumento importante del giro d’affari dei c&c e un conseguente incremento del parco acquirenti abituali** – fa sapere Lagrasta –. I clienti che hanno contribuito maggiormente alla crescita sono stati proprio quelli appartenenti all’Horeca, che nel 2022, a seconda del c&c, rappresentavano circa il 50-60% dei clienti totali. Così intendiamo strutturare maggiormente l’offerta e i servizi rivolti a questa tipologia di target, senza però trascurare quella fetta di clientela rappresentata dai piccoli commercianti e rivenditori che restano comunque una parte rilevante”.



**Nicola Tarricone**  
Responsabile  
marketing retail  
Maiora



Il corner Pronto Fresco

## ESPERIENZA D'ACQUISTO DIGITALE

Nei punti vendita della rete Maiora la tecnologia è presente a più livelli operativi ed è modulata in funzione del format. Racconta **Michele De Leo, Responsabile dei sistemi Informativi Maiora**: “esempi di tecnologia applicata alla nostra rete vendita sono l’automazione delle casse (casse self), servizi integrati in cassa (pos, gift-card, bollette, buoni sconto, buoni spesa, ecc.), impianto wi-fi, tablet e terminali per il replenishment e la gestione reparti, cash-in per il deposito e la gestione dei contanti, impianti di videosorveglianza, il controllo dei vari impianti con la remotizzazione dei segnali (sensori di temperature, di allarmi, antintrusione, ad esempio), i servizi al cliente (e-commerce, prenotazione libri, stampa foto, ToGoodToGo, tra gli altri), il digital signage (ad esempio comunicazione in store e volantino digitale), etichette elettroniche. **Alcune di queste tecnologie sono state introdotte da un paio di anni e grazie anche al piano di remodelling della rete stiamo aumentando le soluzioni digitali nei vari punti vendita. Soltanto nell’ultimo anno abbiamo installato le etichette elettroniche in 15 negozi**, arrivando

## Private label in aumento

Per il canale supermercato, l’assortimento è stato gradualmente ‘alleggerito’ per favorire l’incremento dei prodotti a marchio. “Abbiamo investito in un livello di servizio al cliente maggiore, considerata l’implementazione **dell’offerta con i piatti pronti, gli easy food e i ready to eat** – dice Nicola Tarricone –. Emerge quindi una maggiore reattività, ma anche proattività, nell’innovazione di categoria”.

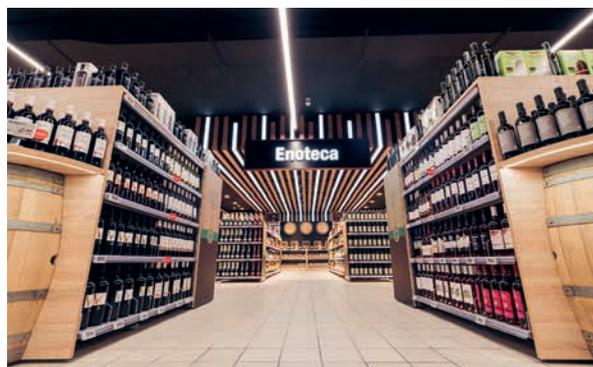


**+14%**

L’incremento a valore dei **superstore** Maiora rispetto all’anno precedente

quindi a una diffusione totale pari a circa 40 punti vendita. Le tipologie di etichette sono tre: per sala, freschi e surgelati. In totale ne sono state installate oltre 300mila nella rete. Inoltre, ogni punto di vendita è dotato di totem e monitor: tali dispositivi sono installati nei reparti freschi per consentire ai clienti la prenotazione del proprio turno al banco, la fruizione del libro ingredienti, il check-price e le comunicazioni pubblicitarie. Tramite gli stessi dispositivi sono veicolati anche video e comunicazioni relative ai progetti aziendali”. L’intero progetto di digital signage ha migliorato l’efficienza degli store: “I costi di un impianto completo per un pdv Eurospar si aggirano tra gli 80 e i 100mila euro – informa De Leo –. **Sempre nell’ultimo anno si è avviato il progetto per la realizzazione dell’App Despar Centro-Sud**, già disponibile negli store per Android e per Apple. Prevede una sezione per utenti generici (consultazione ubicazione punti vendita e volantini) e una con autenticazione (tessera fidelity, visualizzazione buoni spesa, scontrino online). Contiene anche la funzione dedicata al self-scanning e al self checkout”. ■

© Riproduzione Riservata



La nuova enoteca progettata per il Format 35



Il rinnovato reparto macelleria, con l’inserimento della selezione di carni frollate