

# MARKUP

IL MARKETING E IL RETAIL

New Business Media srl - via Eritrea, 21 - 20157 Milano  
Anno XXX settembre 2023 - MENSILE - € 12,00

n.322



**#ALFEMMINILE** | Grazia de Gennaro, responsabile comunicazione e del sistema di gestione per l'equità salariale e pari opportunità in Maiora nonché vicepresidente dell'Associazione Donne del Retail, una donna determinata a portare avanti il cambiamento

**#TAKEACTION** | A tu per tu con Francesco Avanzini, direttore generale operativo di Conad, la cooperativa di imprenditori che si prepara ad affrontare molteplici sfide con un bagaglio di nuovi progetti e qualche sogno ...

**BEST PRACTICE, BEST COMPANY** | La decima, l'iniziativa di Segafredo che intende riforestare la Majella

**PROTAGONISTI&STRATEGIE** | Cinque imperativi chiave per i retailer secondo Bain & Company

# MARKUP 322

## 50 coverstory

La filiera agrifood italiana segna 60 miliardi di euro di fatturato in export, il più grande nelle filiere industriali del Paese, con un incremento del +15,3% nell'ultimo anno, il più alto degli ultimi 20 anni. Come leggere questi numeri? Quali sono le criticità e le possibili strategie?



#ALFEMMINILE



**Grazia de Gennaro**  
responsabile comunicazione e del sistema di gestione per l'equità salariale e pari opportunità di Maiora e vicepresidente dell'Associazione Donne del Retail

#TAKEACTION

# 18

Francesco Avanzini, direttore generale operativo di Conad



12  
cultura

## opinionisti

**Francesca Benini** p.6  
La Silver Economy

**Lamberto Biscarini** p.6  
L'AI aiuta i retailer

**Daniele Cazzani** p.8  
Mad in Italy

**Roger Botti** p.8  
Anche la marca ha un'anima

**Eleonora Graffione** p.10  
Un'altra associazione?

**Andrea Petronio** p.10  
Reagire alla progressiva erosione dei margini

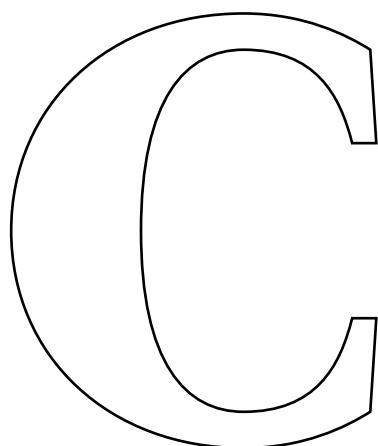
# 6.

**MARKUP 322**  
#ALFEMMINILE

# **Il percorso** *di una donna determinata a portare avanti il cambiamento*

Incontriamo Grazia de Gennaro, responsabile Comunicazione e del Sistema di gestione per l'equità salariale e pari opportunità in Maiora, e vicepresidente dell'Associazione Donne del Retail

 **Cristina Lazzati**



Con Grazia de Gennaro ci conosciamo da quando era una giovanissima neolaureata, appena entrata in Maiora. Sono passati quasi dieci anni, allora, come oggi, la sua energia è dirompente. Meticolosa, preparatissima ed esigente, Grazia de Gennaro è la responsabile Comunicazione e del Sistema di gestione per l'equità salariale e pari opportunità in Maiora; sulla sua storia e sul suo percorso lasciamo a lei la parola.

#### **Chi è Grazia de Gennaro?**

Grazia de Gennaro è attualmente la responsabile comunicazione di Despar Centro Sud e, proprio negli ultimi due anni, ho ricevuto un nuovo incarico diventando anche responsabile delle pari opportunità in azienda. Ho iniziato nel 2014, sono stata selezionata dalle risorse umane per intraprendere un percorso formativo da stagista, lo stesso anno in cui ci fu l'integrazione di Maiora con Gam; era un momento di grande fermento in azienda, di crescita. Allora, non c'era nessuno che si occupasse della comunicazione nel corporate, nel consumer, c'era un responsabile marketing che gestiva tutta la parte relativa agli acquisti e all'aspetto promozionale del volantino ma per la comunicazione non c'era nessun riferimento e quindi ho iniziato da zero e poi pian piano sono cresciuta in azienda, diventando la responsabile comunicazione, allora ero

sola, oggi, coordino otto risorse. Nel tempo, ho lavorato e studiato contemporaneamente per capire e orientarmi in un mondo per me completamente nuovo ma affascinante come quello del retail. Oggi, tre master dopo, sono tornata all'Università di Bari ma da docente: insegno comunicazione digitale alla magistrale in comunicazione, lo stesso corso di laurea che ho seguito da studente. A questo, si aggiunge un ruolo in Cerealitalia, di cui sono consigliera d'amministrazione. In realtà, in questo momento sto imparando, a fianco di mio suocero, Franco Cannillo in un mondo, quello dell'industria completamente diverso dal retail.

#### **Suocero...forse c'è qualcosa da aggiungere...**

Effettivamente ...Franco Cannillo è mio suocero perché la mia vita professionale e personale si sono presto intrecciate: sono entrata come stagista poi via via sono cresciuta e ho anche incontrato l'amore della mia vita: il presidente e amministratore delegato di Maiora, Pippo Cannillo, oggi mio marito nonché il padre dei nostri due splendidi figli. In questi nove anni, abbiamo costruito la nostra bellissima famiglia. Abbiamo un figlio di quattro anni e mezzo, Francesco, e poi c'è Federico, che ha 14 mesi.

#### **Hai citato anche Dolci Preziosi:**

#### **lo contestualizzi all'interno del panorama di Maiora?**

È una delle aziende controllate dalla holding Cannillo. La holding ha diverse divisioni: quella del retail, rappresentata da Maiora, quelle dell'industria con Cerealita-

lia, che si occupa della produzione di cereali per la prima colazione e uova di cioccolato col brand Dolci Preziosi. Poi c'è Smart che si occupa di logistica e, infine, abbiamo un'altra divisione per la costruzioni di abitazioni piuttosto che di edifici adibiti alla vendita e quindi supermercati, insomma, abbiamo un gran bel da fare ... spero di non aver dimenticato nulla!

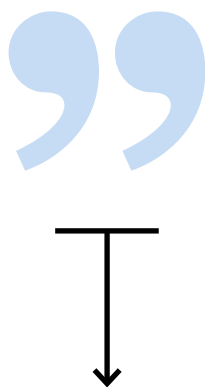
### **Invece sì ... c'è anche Ardita!**

Un accordo recente, quello con Ergon, che come noi hanno punti di vendita ad insegna Despar, Eurospar ed Interspar in Sicilia e con cui Maiora ha fatto una joint venture, il cui obiettivo è quello di aprire punti di vendita discount, ad insegna Ard, all'interno delle regioni in cui è presente Maiora. Da gennaio ad oggi, siamo arrivati a nove punti di vendita aperti e siamo molto contenti di questa collaborazione. In un mercato che sta evolvendo, il format discount diventa sempre più rilevante e avere la possibilità di attingere al know-how di Ergon in merito rappresenta una grande opportunità per noi di Maiora che gestiamo punti di vendita, supermercati, iper e convenienze che anno logiche molto diverse da quelle del discount.

### **Facciamo il punto sui numeri di Maiora?**

Maiora è presente con 453 punti di vendita in sette regioni: Puglia, Basilicata, Campania, Calabria, Abruzzo, Molise e nel basso Lazio. Poi abbiamo il segmento dei cash and carry, nel quale stiamo investendo tantissimo e che ci sta dando degli ottimi risultati con otto punti di vendita: sei in Puglia e due in Calabria, l'ultimo l'abbiamo inaugurato a inizio giugno, a Campo Calabro, vicino a Reggio Calabria. Su questo segmento, l'azienda ha deciso di investire, non solo in termini di nuove aperture, ma nell'organico con un responsabile marketing dedicato.

### **Tu sei anche il referente per le pari opportunità: cosa significa questo nel tuo lavoro e in generale in gdo?**



A volte, le donne rallentano perché ci sono delle questioni personali che le costringono a prendere decisioni "impossibili" per mancanza di alternative

Innanzitutto, Maiora è un'azienda certificata Equal Salary, conferita dall'omonima Fondazione Svizzera, che ha ideato e brevettato un metodo scientifico, riconosciuto dalla Commissione Europea per il riconoscimento dell'equità salariale all'interno delle aziende. In Maiora abbiamo intrapreso questo percorso circa due anni fa, con l'ausilio degli auditor di Price Waterhouse, che hanno svolto l'indagine all'interno dei nostri uffici e analizzando la situazione contrattuale di tutte le nostre risorse e gli stipendi e i percorsi di crescita; ciò che è emerso è che in Maiora non solo c'è equità salariale tra uomo e donna e che, in alcuni casi, le donne percepiscono anche un compenso superiore, a parità di mansione, rispetto agli uomini; se teniamo conto del dato italiano, dove c'è un gap del 10% a favore degli uomini, quello

che avviene nella nostra azienda è una storia che va raccontata e che può essere di esempio per altre aziende, che magari vorrebbero intraprendere lo stesso percorso. Siamo molto fieri di questo risultato, che risponde coerentemente al nostro pay off interno: "Uguali nel valore, diversi dai talenti". Siamo stati i primi in gdo, le altre aziende presenti sono Ferrari, Credem, Wind e Tre. Il percorso fatto è stato illuminante, domande e analisi ci hanno spronato a migliorare alcune procedure, a renderle più chiare, a mettere per iscritto delle cose che sembrano ovvie ma che vanno inquadrate, ufficializzate e divulgate. Bisogna fare cultura e, anche se la si possiede, ufficializzarla ci porta ad essere tutti consapevoli, dal top management all'ultimo collaboratore assunto. Il fatto che le pari opportunità siano gestite da me, che mi occupo di comunicazione, e non da un HR è facile da spiegare: quando hai un territorio così ampio su cui lavorare la comunicazione interna fa da collante, rende tutti consapevoli che, pur avendo ognuno il proprio ruolo da svolgere, tutti concorrono per il raggiungimento di un obiettivo comune in un ambiente senza discriminazioni, in cui la diversità può solamente giovare.

### **Non è un caso, quindi, che tu sia diventata VP dell'Associazione Donne del Retail...**

Un progetto che è nato da me, da te e da altre colleghe imprenditrici, manager, che lavorano all'interno del mondo del retail. L'obiettivo è quello di creare un luogo in cui si possa dare supporto alle donne che appartengono a questo mondo e aiutare le aziende a valorizzarle al loro interno, offrendo soluzioni fattibili, che permettano alle donne di esprimere il loro valore di professioniste senza dover rinunciare all'essere donne, madri, compagne. Non è una rivoluzione femminista ma una evoluzione culturale che va incontro alla ricerca dei talenti di cui, oggi, la gdo dice di aver tanto bisogno e che rischia di perdere per strada per mancanza di lungimiranza e (forse) per qualche stereotipo di troppo. 