

# GDOWEEK

19-2023

15 dicembre

GDOWEEK 2023 - Settimanale - New Business Media s.r.l. - via Eritrea, 21 - 20157 MILANO  
ISSN 2421-3497 - Poste Italiane S.p.A.

# I futuri



# anni

La gdo è fatta di cambiamenti continui e servono visionari per individuare la direzione verso cui andare

📍 Maddalena Canevari

# Senza evoluzione, il retail non vive



**FRANCO CANNILLO**

UNO DEI PADRI FONDATORI DELLA DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA AL SUD, UN VISIONARIO CHE HA LAVORATO (E CONTINUA A FARLO) NEL NOME DELL'INNOVAZIONE

**L'**evoluzione che ha avuto il settore retail in questi ultimi 50 anni è sicuramente orientata verso quei format che possano fornire al consumatore servizi sempre più numerosi e offrire un'esperienza d'acquisto completa e coinvolgente.

## Come è cambiato il retail da quando ha iniziato la sua attività?

C'è stato un momento in cui l'attenzione era rivolta al centro commerciale, per poi spostarsi ai supermercati, superstore ecc.

Man mano che l'offerta aumentava, i punti di vendita hanno subito evoluzioni sia in termini di metratura che di assortimento, e hanno influenzato notevolmente la struttura stessa dei retailer. Non vi sono stati grandissimi cambiamenti se non un'evoluzione, in termini di aumento dei livelli di servizio, di ciò che già era presente sul mercato. Importante novità è stata il lancio del segmento discount, nato per offrire al cliente i servizi minimi per una spesa a prezzi più bassi e una serie di prodotti competitivi a marchio del distributore (mdd).

## Quale è l'operazione/attività di cui siete più orgoglioso nella vostra carriera?

L'operazione sicuramente più impor-

tante della mia carriera è stata l'integrazione delle aziende Ipa Sud e GAM che ha coinciso con il passaggio generazionale nella nostra azienda. Con l'integrazione di queste due realtà, si è aperto un confronto tra processi, procedure e risorse, che ha portato Maiora a diventare, ad oggi, una delle realtà più accorsate dal punto di vista reputazionale nella gdo.

## Se potesse tornare indietro, c'è qualcosa non farebbe?

In realtà, nulla. Sono convinto che tutto ciò che poteva e doveva essere fatto sia stato perseguito con attenzione e dedizione, accogliendo le novità e traendo il positivo da ciascuna esperienza.

## E cosa, invece, le dispiace non avere fatto?

Un'idea durante un viaggio all'estero, tra soci MDO. Ovvero, far diventare l'insegna di riferimento "Dimeglio" una catena nazionale con le partecipazioni incrociate di tutte le imprese per costituire una S.p.A. Mi auguro che con Despar, in un prossimo futuro, quel progetto potrà essere concretizzato tra i sei soci che gestiscono l'insegna a livello nazionale.

## Cosa manca al retail di oggi?

Non credo manchi qualcosa al retailer. C'è un'evoluzione in corso e una visione imprenditoriale tra le aziende, che sta gettando basi solide per la costruzione del domani.

## Un consiglio alle giovani generazioni chi disegneranno il retail del futuro.

Non ho particolari consigli da dare. Il momento è sicuramente uno tra i più difficili da vivere. Il futuro è fatto di giovani preparati, che avranno adeguate forze e conoscenze per saper interpretare al meglio lo scenario della gdo del domani.