



**FOOD**

**RETAIL**

**Format  
& Canali**

**ANNUAL REPORT 2024**

# MAIORA, LA PROSSIMITÀ GUIDA LO SVILUPPO

INNOVAZIONE E RIAMMODERNAMENTO DELLA RETE VENDITA AL CENTRO DELLE POLITICHE DELLA CONCESSIONARIA DESPAR PER IL CENTRO-SUD, CHE PUNTA SULLA PL

Chiara Franceschi

**U**na rete commerciale composta da differenti format, con una presenza che spazia in tutti i canali distributivi: parliamo di Maiora, che ha chiuso lo scorso anno in crescita e si conferma un importante attore della distribuzione nel Centro-sud Italia. Attiva con le insegne Despar, Eurospar, Interspar e Altasfera (rispettivamente convenience store, supermercati e superstore, format di grandi dimensioni, c&c), Maiora prosegue nel suo piano di riammodernamento della rete, coinvolgendo principalmente i punti vendita Interspar all'insegna dei canoni del "Format 35": il concept store proposto da Despar Centro Sud in collaborazione con l'Università di Parma e con gli esperti in Store Design di Spar International.



Gerardo Cignarale  
Direttore vendite  
Maiora

## PAROLA D'ORDINE: PROSSIMITÀ

"Il format che sta riscuotendo maggior successo è quello di prossimità, con l'insegna Despar che registra un +0,9% a valore e +0,3% a volume – spiega **Gerardo Cignarale, Direttore vendite Maiora** –. Abbiamo costruito degli assortimenti ad hoc che possano soddisfare le esigenze dei consumatori e incrementato il livello di servizio dell'assortimento proposto, anche attraverso il riammodernamento di alcuni negozi storici della rete. Abbiamo in programma altre ristrutturazioni".

Tra le motivazioni del successo di questa tipologia di store, il particolare contesto territoriale, ma non solo: **"I punti vendita di prossimità si distinguono per la posizione strategica, evitando che il consumatore si sposti in centri periferici e per l'elevato livello di servizio** di cui è connotato l'assortimento – aggiunge Cignarale –. Assortimento in cui diamo ampio spazio alla nostra Mdd, che ci permette di presidiare, con oltre 3.000 referenze declinate nei vari brand, tutte le categorie merceologiche e gode oltretutto di uno dei capitoli migliori dello scenario italiano. Il nostro obiettivo



L'esposizione dell'ortofrutta nel nuovo Format 35



**1MLD€**  
Fatturato 2023



**529**  
Punti vendita  
totale rete



Una corsia del cash&carry di Reggio Calabria

**“Con oltre 3.000 referenze declinate nei vari brand, la marca privata ci permette di presidiare tutte le categorie merceologiche”**

è quello di **arricchire l’offerta di piatti pronti ready to go** per andare incontro alle esigenze di chi acquista piatti pronti da mangiare fuori casa o per evitare di preparare i pasti dopo una giornata di lavoro o studio. Inoltre, nell’ottica di rendere la spesa sempre più *time saving*, oltre alla funzione ‘salta la fila’ disponibile con l’app Despar Centro Sud, prevediamo l’installazione di sole casse self”. Nei negozi di prossimità sono presenti promozioni con un’intensità differente rispetto agli altri format, a eccezione di alcuni store a insegna Despar collocati in particolari aree geografiche che, invece, seguono una strategia di *everyday low price*.

Anche per i punti vendita di prossimità si continua a investire in formule innovative: “Per poterci difendere al meglio dalle grandi catene dei discount e di superstore tradizionali, **la nostra azienda sta progettando un cosiddetto grab and go food, concentrato soprattutto sul reparto gastronomia** con la tradizionale formula di servizio”, racconta ancora Cignarale.

### RISTORAZIONE SOTTO I RIFLETTORI

La crisi che ha colpito il format ipermercato è una realtà frutto di diversi fattori, che difficilmente porta a pensare a un prossimo cambiamento di rotta: “Per questo non sviluppiamo superfici da ipermercato ma siamo concentrati sui superstore fino ai 2.500 mq, focalizzandoci su punti vendita che abbiano un assortimento concentrato su reparti freschi, grocery e no food e privilegiando soluzioni innovative, come ad esempio la formula del **grocerant, asset ormai fisso nei nostri superstore che ci permette di distinguerci nell’offerta grazie alle proposte che seguono la cucina tipica dei territori che presidiamo**”, prosegue Cignarale.

Il format ideale di superstore secondo Maiora ha una metratura compresa tra i 1.500 e i 2.000 metri quadrati e, oltre alla collocazione non periferica, gode di servizi tra cui rientra il parcheggio.

## La rete di Maiora Despar Centro Sud

Insegne	Despar, Eurospar, Interspar, Altasfera cash&carry, Ard Discount
Format	Retail (superette, super, superstore), cash&carry, discount
Regioni presidiate	Puglia, Basilicata, Campania, Abruzzo, Calabria, Molise e Lazio
Superficie totale	282.157 mq
N. di referenze	Fino a un massimo di 12.500
Quota di referenze Mdd sul totale	Oltre il 20%, 2.500 circa (Interspar), 2.300 (Eurospar), 2.100 (Despar)
Reparti serviti	5 reparti in media: salumi e formaggi, pescheria, macelleria, gastronomia e panetteria
Tipologia di attività di fidelizzazione	Campagne sconto e promozioni, collection con raccolta punti
Altri servizi offerti	E-commerce, prenotazione libri scolastici, Too Good To Go, paga con Satispay, PhotoSi, Carta regalo Despar, altre carte regalo e ricariche

Fonte: dati aziendali

## Crescita digitale

“Abbiamo digitalizzato parte della comunicazione in store con l’adozione delle etichette elettroniche e del *digital signage* nei reparti, attraverso l’utilizzo di totem e ledwall. Altri processi digitalizzati sono il libro ingredienti e la cantina dei vini per i consumatori, mentre per gli operatori interni abbiamo implementato il registro della tracciabilità dei prodotti, la gestione di carico/scarico dei lotti ingredienti e la gestione delle ricette di gastronomia attraverso l’adozione di tablet”, racconta **Michele De Leo, Responsabile sistemi informatici Maiora. Dal canto suo, l’app Despar Centro Sud ha consentito la dematerializzazione sia della carta fidelity sia dei buoni coupon di sconto e l’utilizzo di canali alternativi per i volantini** (come WhatsApp).

“Stiamo implementando il software di riordino automatico, attualmente in test in alcuni punti vendita: utilizza regole e calcoli statistici analizzando storici e comportamenti – prosegue De Leo -. **Per migliorare l’esperienza di acquisto stiamo realizzando numerose campagne di Crm utilizzando i dati fidelity.** Altro elemento di miglioramento dell’esperienza di acquisto sono le casse self (che vanno in autoapprendimento del peso dei prodotti, quindi hanno a bordo una intelligenza applicativa) che cambiano sia la user experience sia i processi interni (numero dei cassieri)”.

## E-commerce: un potenziale da espandere

“L'e-commerce ha fatto registrare un lieve incremento dei ricavi dal 2023 al 2024, corrispondente al +4%. Per quanto riguarda la media settimanale dei clienti o comunque del numero di ordini, invece, si è verificata una crescita del +12%”, afferma Stefano Florian, Responsabile e-commerce Maiora, che illustra i principali servizi online: “Il nostro e-commerce si compone del sito proprietario Restore Despar a Casa, con sette punti vendita *click and collect* e sei punti vendita con ritiro *click and collect* e delivery a domicilio, oltre alla partnership con Glovo che riguarda 22 punti vendita. Stiamo valutando di rendere disponibile il *click and collect* e il delivery a domicilio anche nel punto vendita di Lecce”.

La spinta promozionale sul canale di vendita online segue lo stesso trend dei punti vendita fisici: “Consideriamo giusto replicare le offerte del nostro punto vendita fisico sull'online perché molti consumatori dell'online fanno anche abitualmente la spesa in store, quindi si aspettano di trovare le stesse promo – commenta Florian –. Tuttavia, trattandosi comunque di un canale diverso, stiamo valutando l'idea di differenziare o anche aggiungere delle attività commerciali specifiche per il canale online”.

“Tale format, soprattutto grazie all'ampiezza dell'assortimento, ci permette di andare incontro alle esigenze di tutti i consumatori, in termini di ampiezza dell'assortimento e di presenza di reparti freschi e di ridurre i tempi della spesa per i nostri clienti”, commenta Cignarale.

## A CORATO L'INTERSPAR È IL PUNTO VENDITA PILOTA

L'Interspar di Corato, in provincia di Bari, è considerato da Maiora il proprio flagship store, oltre che il punto vendita pilota: si tratta di un superstore che riprende i concetti del format progettato in collaborazione con l'Università di Parma e Spar International, il Format 35. “Il punto vendita presenta un'elevata specializzazione in alcune aree tra cui rientrano la pasta, il mondo party, aperitivo e l'enoteca – afferma Cignarale –. Per offrire al nostro cliente una migliore shopping experience, garantiamo una maggiore ampiezza e profondità assortimentale nei reparti freschi e freschissimi, inserendo elementi caratteristici come il corner sushi, specialità ittiche confezionate, e tanto altro”. Il format verrà man mano applicato alle nuove aperture previste dal piano investimenti. ■

© Riproduzione Riservata

## Altasfera, il c&c parla italiano

L'andamento nell'ultimo anno del canale cash&carry è stato caratterizzato da un trend positivo, e in particolare “da una costante crescita in termini di vendite a valore, anche maggiore rispetto al trend del canale a livello nazionale”, afferma Francesca Lagrasta, Responsabile marketing per l'insegna Altasfera, che afferisce sempre a Maiora. Tale crescita è stata accompagnata da un rilevante progetto di ottimizzazione della rete, presentato quest'anno a Marca, che riguarda Altasfera Italia: “L'obiettivo è quello di creare un format

identificativo comune caratterizzato non solo da un marchio e un'insegna, ma che possa diventare un vero e proprio modello di c&c italiano, proposto da aziende con un forte radicamento al territorio che siano in grado di rispondere in modo agile e tempestivo alle esigenze di clienti e partner con un'offerta completa e competitiva”. Attualmente la rete Altasfera Italia conta 21 punti vendita, distribuiti in Sardegna e nel Centro-sud Italia. “Siamo presenti anche nelle province di Modena e Ferrara dove opera il nostro partner

Market Ingross”, precisa Lagrasta. Oggi l'insegna Altasfera Italia conta oltre 350 prodotti sviluppati grazie a collaborazioni con circa 40 produttori italiani. Importanti novità sul fronte Mdd: “Vogliamo raddoppiare la numerica attuale delle referenze già nel corso di quest'anno – prosegue Lagrasta –. Sarà arricchito il numero di referenze appartenenti al settore mainstream e parallelamente saranno sviluppati prodotti specifici che possano soddisfare le più alte esigenze dei clienti Horeca”.