

GDO

Despar sale a 3,4 miliardi di fatturato e investe 80 milioni su nuovi negozi

-di **Ilaria Vesentini** | 19 aprile 2018

«**S**iamo tra i primi dieci top player della Gdo italiana, eppure lavoriamo solo in 12 regioni (e 63 province), con quote di mercato superiori al 10% in Puglia e Sicilia e oltre il 25% in Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia. Nonostante la crisi e a dispetto dei competitor noi continuiamo a crescere, un +3% di fatturato anche nel 2017, soprattutto nell'alimentare, e dopo i 56 nuovi punti vendita inaugurati lo scorso anno abbiamo in programma altrettante aperture nel 2018». Paul Klotz, presidente di Despar Italia, chiude con queste parole la Convention nazionale che si è appena svolta a Bologna.



GRANDE DISTRIBUZIONE | 04 aprile 2018
Il supermercato arriva in stazione: l'esperimento a Bari

La grande centrale cooperativa di origine olandese che associa lungo lo Stivale sei aziende (Alco in Lombardia; Aspiag nel Nord-Est; Maiora in Sud Italia isole escluse; Fiorino ed Ergon operanti in Sicilia; e S.C. Sardegna nell'isola dei nuraghi) con le insegne Despar, Eurospar e Interspar, ha chiuso il 2017 superando i 3,38 miliardi di euro, con 1.215 punti vendita e circa 12mila dipendenti lungo lo Stivale. L'Italia si conferma il terzo mercato per il consorzio internazionale con il marchio

dell'abete verde, presente in 44 Paesi con 12.500 punti vendita, 350mila addetti e un giro d'affari di 33 miliardi di euro e che oggi raccoglie i frutti di una strategia che ha sempre privilegiato, in tutto il mondo, negozi di media dimensione dentro o vicino ai centri abitati valorizzando i prodotti locali, piuttosto che i mega centri commerciali in periferia.

PRODUCITÀ

«Puntiamo sulle medie superfici, sotto i 2.500 mq, per garantire un buon assortimento ma anche un servizio su misura, che valorizzi il rapporto fidelizzato non solo con il cliente ma anche con i produttori medio-piccoli del territorio», precisa il presidente. Assortimento in cui ha un peso crescente e qualificante la marca del distributore, che nel 2017 ha costituito il 18,6% delle vendite e che si pensa supererà il 19% quest'anno, con il lancio di ulteriori 280 nuove referenze, principalmente nei segmenti premium, salutistico e biologico.



DATI ISTAT | 11 aprile 2018
Febbraio, consumi in aumento mese su mese, ma è calo annuo

Intanto questa settimana aprirà a Venezia il terzo Despar della città, 500mq di spazi di vendita dedicati ai turisti di passaggio. Un'altra cinquantina di nuove aperture è in programma da qui a fine anno, con un piano di investimenti da 50 milioni di euro. Cifra che sale a 80 milioni di investimenti se si includono nuovi magazzini, infrastrutture logistiche e restyling di supermercati già attivi (i due terzi sono affiliati). Chiuso un bilancio 2017 superiore alle attese, anche il nuovo

anno si presenta «molto buono, sembra che la gente si sia stancata di sentire la crisi e abbia ritrovato il gusto di godersi il cibo a casa, non a casa le trasmissioni dei cuochi stanno facendo strike», conclude Klotz.