

Despar, con la formula dei prodotti tipici locali, entra in Lombardia

Distribuzione. Filippo Fabbri (direttore generale): «Investiremo 320 milioni per 60 aperture e l'anno prossimo inizierà anche l'espansione nel Lazio»

Il fatturato del gruppo in Italia ha superato i 4 miliardi grazie anche al successo dei cibi a marchio proprio

Giovanni Uggeri

Aprirà tra pochi giorni il primo punto vendita diretto Despar in Lombardia, a Mariano Comense. È il segno di una progressiva espansione del gruppo in tutta Italia, puntando sempre di più sulla valorizzazione dei prodotti tipici locali. Entro il 2026 solo in questa regione saranno investiti oltre 320 milioni per 60 negozi (diretti e affiliati) e con la creazione di 1.600 posti di lavoro. Nel 2023 ci sarà l'ingresso nel Lazio, l'altra grande regione in cui Despar è ancora assente. «Solo nel 2022 sono state realizzate 38 aperture e numerosi restyling di punti vendita su tutto il territorio italiano – spiega il direttore generale Filippo Fabbri – dopo la grande crescita del 2021 in Sardegna, ora è la volta della Lombardia dove incontreremo una concorrenza molto forte già presente sul territorio, ma confidiamo di riuscire a fare bene come è avvenuto qualche anno fa in Emilia Romagna dove sembrava impossibile entrare».

Dal punto di vista finanziario il gruppo ha ottenuto ottimi risultati sia a livello internazionale sia nazionale. Nel 2021, Spar International (di cui Despar Italia fa parte) ha superato per la prima volta il traguardo dei 40 miliardi di fatturato. Con l'ingresso nel 2022 di Lettonia e Kazakistan, Spar International si conferma come il maggior gruppo mondiale della distribuzione associata.

Despar Italia è presente in 17 re-

gioni italiane (specie nel Nordest) con 1.374 punti vendita a insegna Despar, Eurospar e Interspar. Il fatturato 2021 di 4 miliardi di euro colloca Despar tra le prime insegne della grande distribuzione italiana. Il cuore dell'attività di Despar è la presenza di un gran numero di negozi di vicinato, affiancati da ipermercati e nuovi format che offrono nuove soluzioni alle esigenze dei consumatori. Le sei aziende associate a Despar Italia sono: Aspiag Service, Ergon Società Consortile, Fiorino, Gruppo 3A, Maiora, Scs. Despar Italia è parte di Spar International, presente in 48 Paesi nel mondo.

«In un contesto di mercato grocery positivo, in crescita a valore del +5,3% rispetto all'anno precedente, Despar Italia sta ottenendo delle ottime performance, crescendo del +9,8% rispetto al 2021 (fonte Nielsen, settembre 2022). Ci ha aiutato essere presenti in molte regioni a trazione turistica che hanno chiuso una stagione da record in termini di presenze» prosegue Fabbri.

Uno dei segreti di questa forte crescita sono i prodotti a marchio proprio (MDD), che continuano a registrare risultati molto positivi raggiungendo la quota del 21,4% sul business totale del gruppo. «Lo sviluppo del prodotto a marchio Despar – prosegue Fabbri – ha tre driver: sana alimentazione, sostenibilità e valorizzazione dei prodotti locali. Per il 2022 è previsto il lancio di oltre 220 nuovi prodotti e verrà effettuato il restyling di circa 300 referenze. L'anno prossimo saranno 250 i nuovi prodotti a marchio nostro che lanceremo sul mercato. Per il 2025 l'obiettivo è arrivare con questi prodotti al 25% delle vendite. Tra gli ultimi immessi sul mercato: le confettu-

re di frutta Light Vital senza zuccheri aggiunti, la linea di pasta di legumi Vital e la linea di carne bianca Despar Premium: polli e tacchini 100% italiani, allevati a terra senza l'uso di antibiotici e con alimentazione vegetale no Ogm».

Prodotti tipici locali di nicchia vengono testati per brevi periodi dell'anno e poi se funzionano vengono mantenuti sempre. «Come in occasione del prossimo periodo natalizio in cui sarà protagonista la Special Edition che conta circa 15 prodotti di alta gastronomia; tra questi per la prima volta un panettone fatto con cura e passione artigianale, ricoperto con pistacchi e cioccolato fondente extra, senza canditi, accompagnato da un vasetto di crema spalmabile di Pistacchio di Bronte Dop».

La sostenibilità è un altro tema cardine della strategia del prodotto a marchio. Lo studio e la ricerca di prodotti sempre più green viene fatto lavorando sul packaging, impegnandosi su aspetti inerenti al benessere animale e alla sana alimentazione. «Proprio nel 2022 l'insegna ha iniziato un percorso con i propri fornitori MDD per ridurre l'impatto ambientale dei prodotti firmati Despar in termini di CO2», conclude Fabbri.

In questi giorni Despar ha ricevuto il premio di "Insegna dell'Anno" nella categoria Supermercati. Un prestigioso riconoscimento internazionale decretato dai voti espressi da migliaia di consumatori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 31 %

06901

06901



Market. Despar Italia è presente in 17 regioni italiane con 1.374 punti vendita