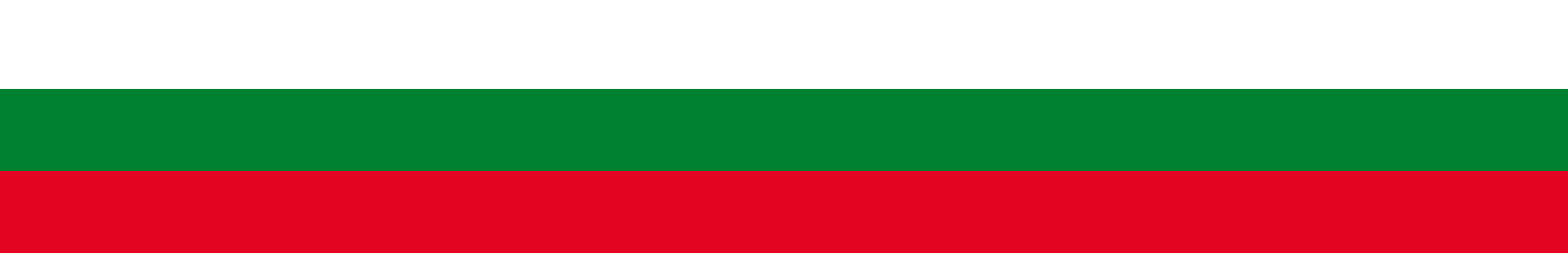


Annual Report Despar Italia

Notizie, eventi e numeri
che raccontano il valore
del nostro impegno

2020





Paul Klotz

Presidente di Despar Italia



Ci sono anni, più di altri, che segnano una chiara linea di demarcazione tra il prima e il dopo. Il 2020 è stato sicuramente uno di questi. Prima eravamo un grande Consorzio che programmava le proprie attività e le realizzava con successo. Dopo, è arrivato il **2020, l'anno del nostro sessantesimo compleanno**. Eravamo prontissimi: un anno di celebrazioni, di festeggiamenti, di riconoscimenti. Ci preparavamo, con entusiasmo, a raccontare i nostri **sessant'anni di valore**. Invece, qualcosa ha cambiato i nostri programmi. Abbiamo raccontato un'altra storia. Una storia diversa, sicuramente inaspettata e a tratti difficile, ma comunque altrettanto forte, sfidante, appassionante e carica di quei valori fondamentali che, in questo anno più che mai, si sono rivelati essere elementi portanti delle nostre solide fondamenta.

Abbiamo raccontato la storia di donne e uomini che non si lasciano travolgere dall'imprevedibile, ma si rialzano e si sostengono. Lo abbiamo visto con i nostri occhi: ogni giorno, nei nostri supermercati, nei nostri magazzini, nelle nostre sedi abbiamo affrontato le difficoltà, **lavorando con lo stesso coraggio e la stessa energia che ci caratterizza da sessant'anni**.

Abbiamo raccontato la storia di collaboratori coraggiosi che hanno reso **i nostri supermercati punti di riferimento imprescindibili per la comunità**: nei momenti più difficili, non abbiamo semplicemente

venduto i nostri prodotti; fra le corsie dei nostri punti vendita abbiamo dato consigli, sostegno, aiuto.

Abbiamo raccontato la storia di **un Gruppo che da sessant'anni ama il proprio territorio e le proprie comunità**: e lo ha fatto ancora di più in questo anno difficile. Abbiamo unito le nostre forze per aiutare chi viveva le maggiori difficoltà, per sostenere realtà e associazioni che hanno sofferto ancora di più la situazione. E lo abbiamo fatto anche a costo di chiedere un maggiore impegno ai nostri colleghi e ai nostri clienti: come sempre, hanno saputo stupirci.

Abbiamo raccontato la storia di chi, anche in mezzo alla tempesta, non perde l'orientamento e non si fa abbattere: nonostante tutto, abbiamo continuato ad aprire **nuovi punti vendita** e a creare **posti di lavoro**, in un momento in cui il lavoro era ancora più indispensabile.

Nelle pagine di questo report che state per leggere, è scritta **la storia del nostro Consorzio** nell'anno appena trascorso: fatti, numeri, dati che riassumono le nostre scelte, che raccontano le nostre idee e come abbiamo saputo realizzarle. Questa è la storia che abbiamo scritto nel 2020: sessant'anni di uomini e donne che ogni giorno rendono il proprio lavoro una missione. Sessant'anni di coraggio, di un Gruppo che anche nella crisi, soprattutto nella crisi, tira fuori il meglio di sé. **Sessant'anni di amore per il territorio, per il nostro Paese, che sempre, sa rialzarsi più bello e forte di prima.**

**Prima del 2020
eravamo un
grande Consorzio.
Oggi, siamo
molto di più.**

Spar

- 4 L'emergenza insegna il futuro:
la risposta di SPAR International
- 6 SPAR International player
nell'evoluzione della GDO alimentare

Despar Italia

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 8 | Despar Italia: i numeri del 2020 | 22 | Le linee a marchio Despar |
| 10 | Covid-19 e retail, cosa è cambiato
e cosa rimarrà dopo la pandemia | 24 | La crescita MDD nel 2020 |
| 12 | Il Consorzio Despar Italia in campo
contro il Covid-19 | 25 | I prodotti MDD più venduti nel 2020 |
| 14 | Despar, da 60 anni il valore della scelta | 26 | Prodotti a Marchio: novità 2020 |
| 16 | Gli eventi 2020 di Despar | 29 | Special Edition Despar Premium 2020:
tutto il buono del territorio |
| 17 | Il Progetto Salute Despar | 30 | Un nuovo sito web: il progetto
"Obiettivo Benessere" arriva online |
| 18 | Comunicare nel 2020: le attività
di Despar Italia | 32 | Nuovi format e attenzione al territorio:
le aperture del 2020 |
| 20 | Despar è Insegna dell'Anno 2020-2021
nella categoria supermercati | | |
| 21 | Despar e San Patrignano: una
collaborazione di valore | | |

Le società

- | | | | |
|----|---------------------------------|----|--|
| 34 | Aspiag Service S.r.l. | 42 | Maiora S.r.l. |
| 36 | Ergon Società Consortile a r.l. | 44 | SCS Supermercati Consorziati
Sardegna S.c. a r.l. |
| 38 | Fiorino S.r.l. | 46 | L'Alco Grandi Magazzini S.p.a. |
| 40 | Gruppo 3A | | |



L'emergenza insegna il futuro: la risposta di SPAR International

La pandemia da Covid-19 ha cambiato le regole del retail business a livello globale costringendo le insegne alimentari a rivedere il proprio approccio per adattarsi alle restrizioni imposte dalla sicurezza sanitaria.

SPAR International con le società che ad essa fanno capo ha reagito subito riorganizzandosi per accogliere i clienti in sicurezza, garantire continuità nel servizio e trasmettere positività. La tecnologia ha fatto il suo ingresso in negozio per gestire il conteggio delle persone e il rispetto delle regole, attraverso counter, sensori, telecamere. Gli assortimenti sono cambiati per rispondere alle richieste. Il punto di vendita, non solo quello fisico ma anche il sito e-commerce, è diventato un media alternativo per informare e rassicurare. Per esempio, SPAR nel Regno Unito ha inserito un banner nella homepage del sito con le ultime notizie e i programmi di volontariato; in Belgio ha realizzato una scheda online per illustrare le misure di sicurezza e in Ungheria ha inserito nel sito web un banner per informare della possibilità di ricevere gratuitamente la mascherina in store. **La campagna di comunicazione globale "We are better together" ha incoraggiato con un abbraccio virtuale le comunità locali,** supportandole attraverso attività

concrete ed enfatizzando i pilastri della salute e della sicurezza, del prezzo e del valore, della comunità e del servizio, della costante disponibilità dei prodotti. In **Sudafrica**, SPAR ha offerto spazio sugli scaffali ai produttori locali per sostenere l'economia, ha ringraziato i dipendenti per l'impegno diffondendo messaggi positivi, per esempio con la campagna social che invitava a condividere i più bei momenti trascorsi in famiglia e attraverso un concorso a premi rivolto ai bambini dei dipendenti. **SPAR Namibia** ha invitato a contattare in video amici e parenti per una merenda insieme anche se a distanza, mentre in **Ungheria, Polonia e Svizzera** ha suggerito passatempi da fare a casa, mettendo a disposizione online diversi materiali da scaricare. Tra le idee più creative proposte dalle Aziende del gruppo SPAR, suggerire cose nuove da imparare e insegnare alla propria famiglia (**SPAR Grecia**), i tutorial per preparare cocktail (**SPAR UK**) e l'iniziativa #fitathome per allenarsi da casa con il consiglio di atleti famosi (**SPAR Austria**). In Italia il retailer ha puntato sulla comunicazione sui social, per rassicurare le persone e informarle della disponibilità in store di mascherine made in Italy. Tra gli elementi di assicurazione e servizio, essenziale è stata la consegna a domicilio della spesa rivolta alle fasce più deboli, adeguatamente pubblicizzata in store e online



in numerosi Paesi dove SPAR è presente. Un supporto reciproco, “better together”, appunto, che ha dato luogo a storie di successo il cui valore si prolungherà ben oltre l'emergenza, proiettando le scelte strategiche fatte in pandemia nel futuro del retailer. Sono esperienze che fanno da test per nuovi servizi e opportunità di coinvolgimento e fidelizzazione, che trovano un chiaro appiglio nelle prime indagini sui cambiamenti indotti dal Covid-19.

Più tempo trascorso a cucinare, pasti consumati in famiglia seduti a tavola,

85% dei consumatori ha **cambiato le proprie abitudini alimentari***

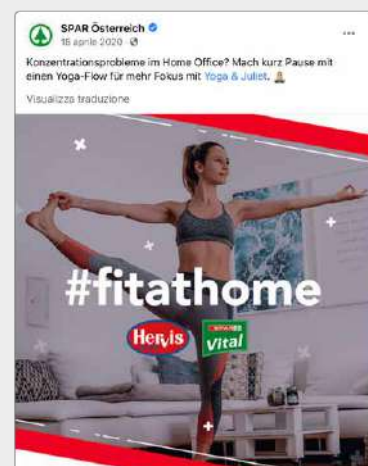
69% dei consumatori ha favorito i **prodotti locali**

51% dei consumatori ha scelto più volentieri **frutta e verdura**

80% dei consumatori si è messo a **dieta**

I consumatori sono cambiati, rispondere efficacemente e subito è stato cruciale e lo sarà ancor di più in futuro, per essere rapidi e distintivi.

*Appetite for change di Igd (settembre-ottobre 2020, 60 consumatori UK per test comportamentale + 2.000 per indagine online)



Spar Austria



Spar Sud Africa



Spar UK

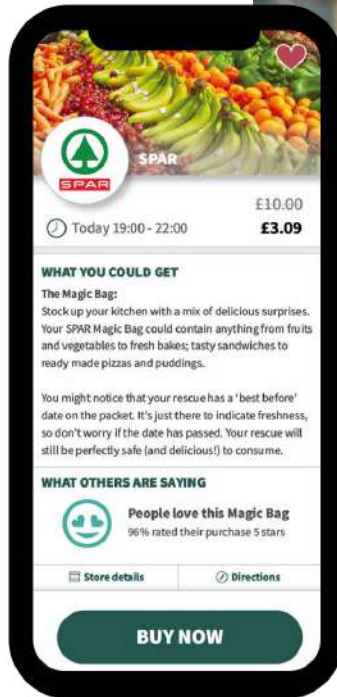


SPAR International player nell'evoluzione della GDO alimentare

Nel 2020 la tecnologia e il digitale hanno visto un'accelerata, al contrario di molti altri settori e categorie. Sono stati tanti i **cambiamenti dal punto di vista economico e sociale** che hanno portato i consumatori a variare il proprio **comportamento d'acquisto** e, di conseguenza, i grandi retailer a intraprendere scelte e adattare a una **nuova GDO alimentare in evoluzione**.

Sono nate sempre più piattaforme di e-commerce che offrono una spesa di facile accesso senza spostarsi. Alla **Conferenza Connected Retail**, prima edizione di una manifestazione che nasce dall'unione di due importanti convention nel panorama della GDO, LOGIT (Logistica e Informatica) e Marketing Conference, che ha visto oltre 630 partecipanti da 45 aziende socie di SPAR International, sono state riportate **best practice e soluzioni innovative** messe in pratica dall'Insegna in diversi Paesi. L'aumento della capacità online ha permesso ai dettaglianti, per esempio, di offrire un servizio locale compensando in parte la perdita del fatturato derivante dal calo di visite nei punti vendita fisici, e così continuare a offrire ai consumatori ciò che cercano: **affidabilità e convenienza**. Tutto questo grazie all'attivazione di **strategie basate su dati, digitale e tecnologia**.

Anche dal punto di vista logistico, della **catena distributiva** e del **packaging**, SPAR International migliora continuamente le proprie capacità confermandosi al passo sia in termini di efficienza che di sostenibilità. I codici a barre invisibili o la tecnologia near-field (RFC), che faciliteranno le comunicazioni di SPAR anche sulla **trasparenza della filiera o sulle origini etico-sostenibili dei prodotti**, ne sono un esempio.



Un altro momento di incontro e confronto tra collaboratori e principali fornitori è stato il **Partnership Forum di SPAR International**. L'evento si è svolto online ed è stato luogo di condivisione sugli sviluppi strategici in ottica di **collaborazione e crescita internazionale nel mondo SPAR**. Il Partnership Forum 2020 ha sottolineato come l'innovazione rimanga al centro delle attività e delle strategie di SPAR, in particolare ai fini della sostenibilità.

L'**accordo internazionale tra SPAR e la app Too Good To Go** rappresenta un altro importante progetto in tema sostenibilità, che evidenzia l'impegno dell'Insegna nella **riduzione degli sprechi** all'interno della catena di fornitura, mettendo in pratica soluzioni quali:

- l'adozione di processi sempre più evoluti per la previsione del fabbisogno e gli ordini;
- la ricerca di soluzioni alternative per riutilizzare il cibo fresco invenduto, per esempio impiegandolo nella preparazione di pasti pronti;

- l'offerta a prezzo scontato degli alimenti freschi in scadenza;
- le donazioni di cibo da parte di negozi locali a enti di beneficenza e banche alimentari.

Per mettere in pratica queste attività SPAR International deve **attirare, trattenere e sviluppare la prossima generazione di talenti**: giovani con grandi ambizioni di sviluppo professionale, che desiderano collaborare con l'insegna e nel settore dell'alimentare.

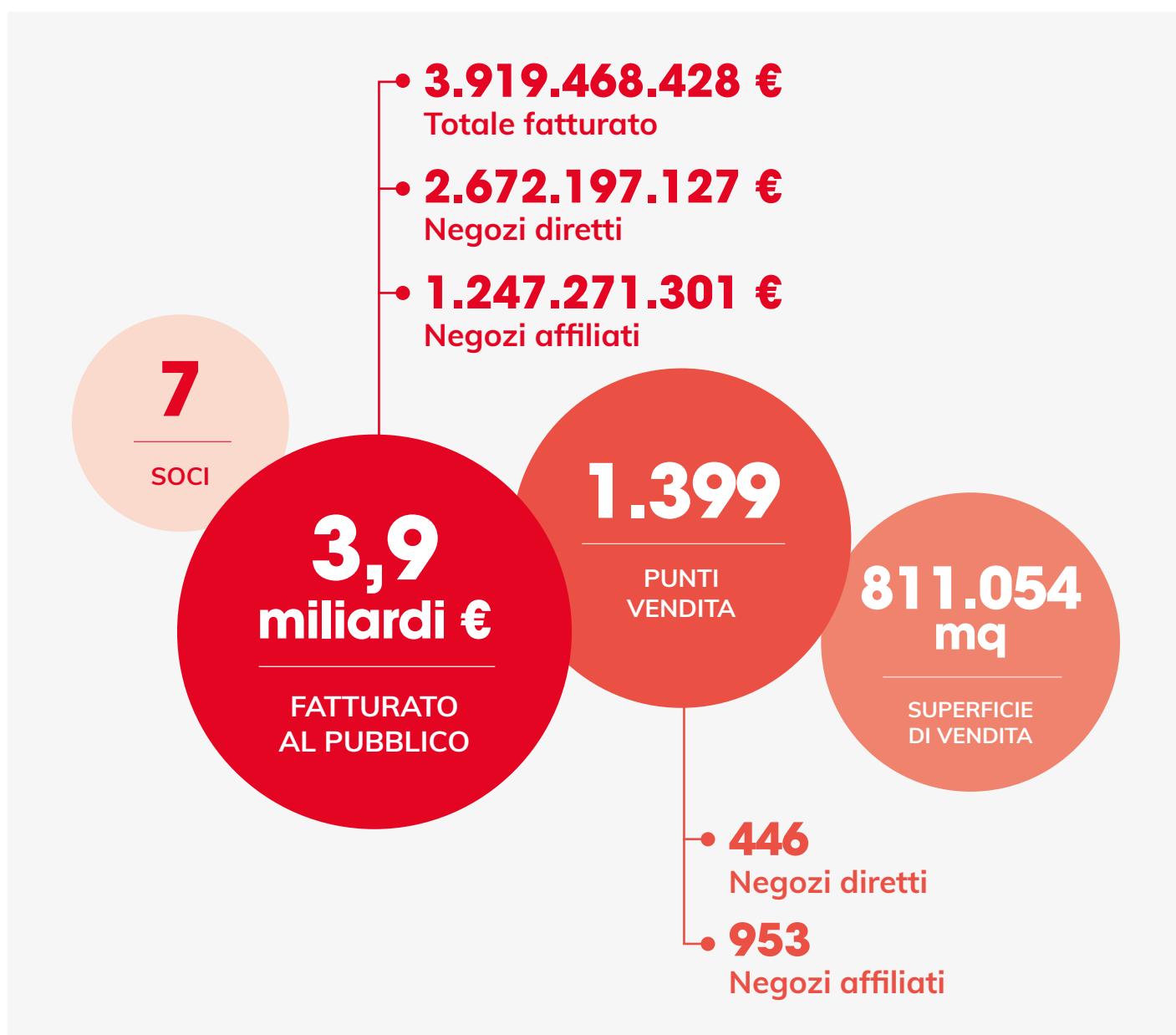
Attraverso sistemi digitali condivisi, corsi e materiali di SPAR Academy, **SPAR International** offre una formazione mirata e promuove l'apprendimento. Una modalità che il personale apprezza, considerandola come una forma di interazione moderna ed efficiente, che rafforza il commitment dei collaboratori, garantendo così un ottimo servizio e la soddisfazione dei clienti che si affidano all'Insegna.



Despar Italia: i numeri del 2020

I dati 2020 registrati da Despar Italia hanno visto una **crescita sia in termini di fatturato al pubblico sia dei singoli negozi diretti e affiliati.**

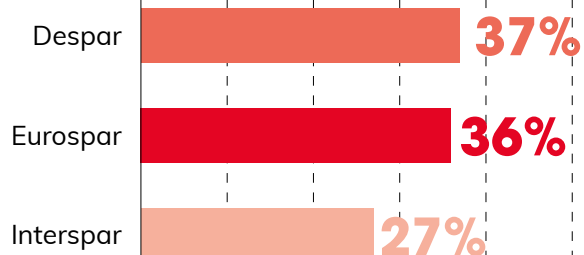
Il fatturato ha infatti raggiunto quasi i **4 miliardi di euro**, per la maggior parte (68%) proveniente dalla rete dei punti vendita diretti. L'entrata ufficiale a gennaio 2020 di **Gruppo 3A all'interno del Consorzio di Despar Italia** insieme a nuove aperture da Nord a Sud del territorio, come l'**Eurospar Limena (PD)** e l'**Interspar Casier (TV)**, l'**Eurospar di Bruino (TO)**, **Interspar di Modugno (BA)** e gli **Interspar Pescara e Villanova di Cepagatti (Abruzzo)**, ha permesso l'espansione del marchio sul territorio, raggiungendo un totale di **1.399 punti vendita attivi** e oltre 811.000 mq di superficie di vendita e confermando un **trend di sviluppo positivo.**



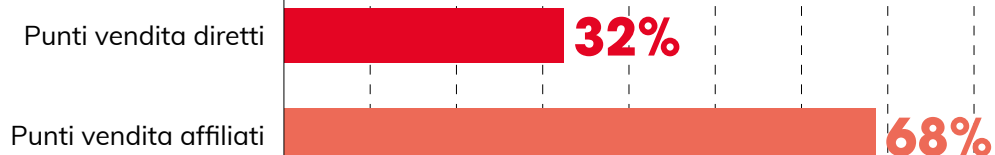
Fatturato: peso % per tipologia pdv



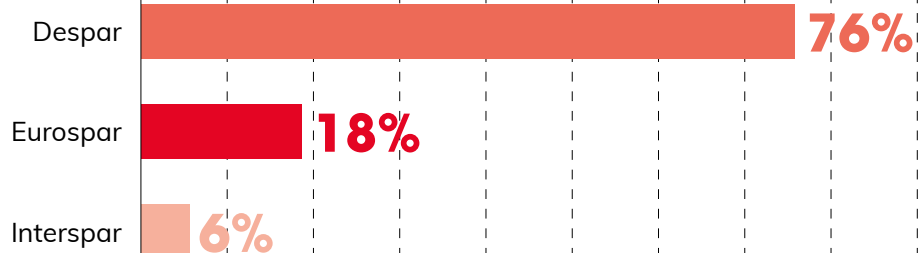
Fatturato: peso % per insegna



Numero di pdv: peso % per tipologia



Numero di pdv: peso % per insegna





Covid-19 e retail, cosa è cambiato e cosa rimarrà dopo la pandemia

La spesa prima, e la spesa dopo il Covid-19: **la pandemia ha cambiato le priorità** e con esse i bisogni, i desideri e le abitudini di acquisto.

Gli italiani hanno acquistato **prodotti diversi, in quantità diverse**, cercandoli in **luoghi diversi** rispetto alle abitudini, rivolgendosi all'e-commerce, al negozio sotto casa, a insegne che non sono quelle abituali. Spesso si è trattato di scelte obbligate, prima di tutto dalle limitazioni alla circolazione imposte dal primo e più duro lockdown, o dal timore dei contagi. L'ambiente domestico, la casa, è diventato per molti anche un ufficio, un bar, una palestra, una scuola, un ristorante, in alcuni casi anche un ospedale, e tutti questi bisogni si sono riversati sugli unici negozi fisici rimasti aperti, quelli alimentari. Il non food è crollato, **gli italiani hanno riempito carrelli e dispense acquistando meno spesso*****, -21%, con scontrini medi anche del 45% più elevati rispetto al 2019, la media a marzo è stata di 40,30 euro a spesa. Invece di fare la spesa nel fine settimana, come prima, la scelta è stata di concentrarsi nei giorni infrasettimanali.

La prossimità ha vinto sulla convenienza e sull'assortimento, a discapito di grandi superfici collocate lontano dai centri storici o in periferia. Bassa efficacia delle promozioni, ma **ottime performance delle grandi marche e dei prodotti del distributore**. Boom dell'e-commerce anche presso i più anziani.

Nella seconda fase della pandemia e durante l'estate del 2020, la stretta sui negozi si è attenuata e i consumi si sono mossi in modo ancora diverso. Hanno recuperato la spesa nel fine settimana, gli acquisti non food, le bevande e il freddo, le piccole marche rispetto

alle top performer. **Drugstore e discount sono ripartiti** mentre i negozi di prossimità rallentano la crescita: in questa fase alcuni consumatori hanno scelto di **risparmiare per il timore del futuro**, privilegiando la **marca del distributore** e i **primi prezzi**, per la convenienza. Continuano a soffrire merceologie come pane, pasta fresca, gastronomia e non food e per ovvi motivi i negozi legati alle località turistiche, con un'estate molto sotto tono. E dopo?

Il 2021 parte con le vendite in attivo, +4,8% a valore* di cui il 4% per il canale fisico, proseguendo il trend del 2020. **Alcune tendenze emerse con la pandemia si stanno consolidando:** nei consumi, la crescita del comfort food, dei prodotti per cucinare a casa e per un pranzo o una colazione veloci da smart working; si confermano il **trend green**, l'**italianità** e i **localismi**. In negativo solo le performance di panetteria, gastronomia e alcuni reparti non food. Il Covid-19 ha fatto da **acceleratore per tendenze innescate in precedenza, quali bio, alimenti "senza"**. Prosegue l'ascesa dell'e-commerce, anche tra le classi meno abbienti che prima lo utilizzavano poco. In negativo, il forte calo del mondo fuori casa, i disservizi dell'online a causa di una richiesta maggiore dell'offerta, la **polarizzazione dei consumi tra premium e discount**.

A uscire vincenti dalla pandemia sono supermercati e discount*, che hanno rivisto assortimenti e promozioni indirizzandosi sempre più spesso verso una **strategia di every day low price**. Il prezzo quindi fa ancora attrazione, ma in modo diverso. Tra brand e marchio del distributore il match prosegue: **la MDD guadagna quote, +9%** (dato fine 2020) discount inclusi, grazie soprattutto a premium e primi prezzi, ma la marca industriale continua a piacere agli italiani, con performance interessanti per gli small player, +6,5% (dato fine 2020).

La MDD performa meglio del mercato in molti settori come cibi gourmet, benessere e salutistico, secondi con contenuto di servizio (per lo smart working), easy food. **I consumatori si fidano se il retailer garantisce la filiera, il green, l'italianità, ricette e prodotti salutarie e "senza"**. Si compra di più** e in più categorie merceologiche diverse, con minor frequenza di visita in negozio, di conseguenza si tende ad acquistare prodotti con shelf life più lunga, a discapito di quelli che prima venivano comprati quotidianamente, come per esempio il pane. Anche i clienti non sono più gli stessi: più uomini, meno bambini.

I negozi alimentari sono già cambiati molto per seguire anche settimanalmente urgenze e tendenze espresse dai legislatori e dai consumatori, dimostrando una flessibilità e una resilienza a volte inaspettate. Il contesto è ancora molto fluido e difficile da interpretare, ma alcuni segnali forti ci sono: la differenza la farà chi saprà interpretarli meglio.

+45%

scontrino medio 2020/2021
rispetto al 2019

+4,8%

vendite a valore

+9%

vendite MDD



*Nielsen, andamenti largo consumo, 2021

**GfK FMCG Tracker – Covid-1 impact on FMCG purchase behaviour

***Nielsen, Covid-19, Affrontare la sfida della multicanalità, 10 lessons, 10 solutions



Il Consorzio Despar Italia in campo contro il Covid-19

Il 2020 appena passato è stato un anno segnato inevitabilmente dall'emergenza Coronavirus che ha toccato più o meno direttamente le vite delle persone.

Tutto il **Consorzio Despar Italia** fin dai primi giorni è stato **in prima linea** per fronteggiare i cambiamenti dovuti all'emergenza. Per questo, un ringraziamento speciale va a tutti i collaboratori che, anche nei momenti più difficili, hanno reso possibile che ogni cliente potesse continuare a fare la spesa in piena sicurezza.

Le Aziende del Consorzio si sono adoperate con moltissime iniziative volte a **tutelare la salute di clienti e operatori**. Misure semplici, in linea con le direttive nazionali che sono state adottate però in tempi record: la regolamentazione contingentata degli accessi, le misure di distanziamento, la gestione ordinata delle code, i dispenser di gel igienizzante, i guanti di protezione e le mascherine protettive per tutti i dipendenti. La lista delle misure messe in atto non finisce qui: ogni punto vendita ha realizzato una segnaletica a pavimento, sono stati adottati nuovi protocolli di gestione degli spazi comuni e di igienizzazione delle superfici e delle attrezzature.

L'impegno di Despar Italia e di tutti i collaboratori è andato ben oltre l'adozione di queste misure precauzionali. Da Nord a Sud tutte le aziende hanno sviluppato o stanno sviluppando nuovi **servizi di consegna a domicilio**, e hanno svolto azioni di **sostegno per le comunità locali** a partire dalla valorizzazione dei **buoni spesa** che i Comuni hanno distribuito alle famiglie più in difficoltà. Nel panorama di iniziative che l'Insegna ha messo in campo per affrontare fin da subito l'emergenza,





**500.000€ donati
all'Istituto Spallanzani**



**Adesione al progetto
spesa SOSpesa**



**200 computer donati
a studenti e famiglie**



**Attivazione servizio
di spesa online**

Despar Italia ha donato **500mila euro all'Istituto Spallanzani** di Roma, il polo di eccellenza italiano per la ricerca e la cura delle malattie infettive.

Aspiag Service (Despar Nordest) nei primi giorni dell'emergenza **ha donato alla regione Veneto 80mila mascherine**, 66mila realizzate da Grafica Veneta e 14mila FFP2 per gli operatori del sistema sanitario regionale per un valore totale di 120mila euro. Sempre nel febbraio del 2020, è stata tra i primi a mettere a disposizione dei **prodotti di prima necessità** per i residenti di **Vo' Euganeo**. Le iniziative non si sono limitate alla prima parte dell'anno, nel periodo di Pasqua sono state donate 1000 colombe ai **volontari della Protezione Civile** e delle Case di Riposo di Padova. In occasione degli eventi organizzati da Padova Non Si Ferma ha contribuito a fornire gli ingredienti necessari per la **preparazione dei pasti** per i più bisognosi. Sempre nello stesso periodo ha preparato e consegnato il cibo per **medici e infermieri** impegnati nel **Covid Hospital** di Schiavonia.

In molti punti vendita è stata attivata l'iniziativa spesa SOSpesa, ma non solo, sono stati **donati 25mila euro** ciascuno alla Protezione Civile e all'ospedale di Udine.

Infine, per **proteggere i propri collaboratori**, **Aspiag Service**, ha scelto di stipulare un'**assicurazione aggiuntiva per tutti gli 8.305 lavoratori** che sono impegnati nei punti vendita del territorio. L'assicurazione prevede un'indennità per il ricovero ospedaliero e una per il seguente periodo di convalescenza.

Ergon (Despar Sicilia) oltre ad aderire al **progetto spesa SOSpesa**, ha donato all'ASP di Ragusa **3 ventilatori polmonari** e ha fornito buoni spesa e mascherine a Onlus locali e Protezione Civile. Non meno importante è la **donazione, che ha visto coinvolte 18 Caritas del territorio, di 200 computer** a studenti e famiglie con disagio economico, iniziativa messa in campo per sostenere la comunità e investire nel futuro.

Fiorino (socio Despar per l'area di Messina) ha promosso la **raccolta di generi alimentari** per la **Croce Rossa**.

Gruppo 3A (Despar Nord Ovest) ha fornito al **Banco Alimentare di Asti** 6mila confezioni di pasta ed ha attivato un fondo per promuovere i progetti locali.

Maiora (Despar Centro Sud) ha emesso **buoni spesa** per un valore pari a **50mila euro** a favore di alcuni comuni delle regioni in cui è presente e ha previsto una **copertura assicurativa**

supplementare di assistenza e indennizzo per i propri dipendenti, oltre a un premio straordinario. Sul fronte logistico, ha inoltre esteso il **servizio di e-commerce DesparACasa.it**, attivo già dal 2019, in 20 piazze. Per portare un aiuto concreto ai più bisognosi, Maiora ha partecipato e promosso la **spesa SOSpesa** e ha ideato e organizzato l'iniziativa **"I Sacchi della Solidarietà"**, grazie alla quale sono stati donati alle Caritas locali prodotti di prima necessità, confezionati all'interno di sacchi di juta. Una scelta utile a garantire la massima sicurezza per il personale e per i volontari.

L'Alco (Despar Lombardia orientale) ha effettuato la **preparazione della spesa** nei punti vendita per aiutare la Protezione Civile nella **consegna a domicilio**.

Queste sono solo alcune delle **iniziative** che Despar ha messo in atto e sta portando avanti. Aiuti condivisi che evidenziano come l'Insegna sia profondamente **radicata nel territorio**.





Despar, da 60 anni il valore della scelta

Il 2020 ha segnato il 60° anniversario del marchio Despar in Italia.

Sessant'anni da quando alcune società della distribuzione italiana stabilirono la "Centrale SPAR Italiana" sui principi e i **valori di collaborazione** che da sempre hanno contraddistinto il progetto SPAR a livello mondiale.

Negli anni sono stati diversi gli ingressi e le espansioni che si sono susseguite portando il marchio ad affermarsi sempre più sul territorio, con una **presenza capillare in 16 regioni** attraverso **tre principali format di vendita**, in modo da rispondere alle esigenze di acquisto dei propri clienti.

L'emergenza sanitaria che ha caratterizzato i primi mesi del 2020 ha imposto la sospensione dei festeggiamenti, ma non ha arrestato la **condivisione dei valori**

di cui l'azienda si fa testimone ogni giorno, da sempre, nella sua attività, con un chiaro sguardo al futuro.

Per comunicare i valori che costituiscono le fondamenta di Despar e ne guidano le scelte, è stata realizzata la nuova campagna "Liberi di Scegliere",

che tratta proprio delle **scelte consapevoli** che l'Azienda fa ogni giorno a beneficio dei propri clienti. Non affermazioni astratte, ma gesti quotidiani concreti da parte dell'Insegna, con un impatto qualificante per i consumatori, in modo da meritare sempre la fiducia.



La fiducia è più di un'abitudine. È una scelta.

Dal 1960 mettiamo le tue esigenze davanti a tutto il resto. Così, per la tua spesa, puoi stare tranquillo.







**Da 60 anni,
il valore della scelta.**







La **scelta di prodotti di qualità**, nel rispetto della natura e delle persone, grazie alla selezione attenta dei fornitori per poter offrire i prodotti migliori e per essere all'altezza delle esigenze del cliente, senza sacrificare la convenienza.

La **valorizzazione del territorio**, per sostenere le comunità che lo abitano instaurando relazioni forti e durature con le realtà del territorio e attraverso iniziative concrete per promuovere le bellezze e la cultura. Il **frequente controllo sui prodotti freschi** e una filiera tracciata identificata dalla linea Despar Passo dopo Passo, per offrire la massima sicurezza.

La sensibilizzazione del cliente verso le **buone abitudini alimentari** e il benessere, accrescendo la consapevolezza di ciò che si porta a tavola. L'impegno quotidiano e la **competenza al servizio dei clienti** per offrire costantemente nuovi prodotti e nuovi formati a seconda dei diversi stili di vita e garantire una migliore **esperienza di spesa**.

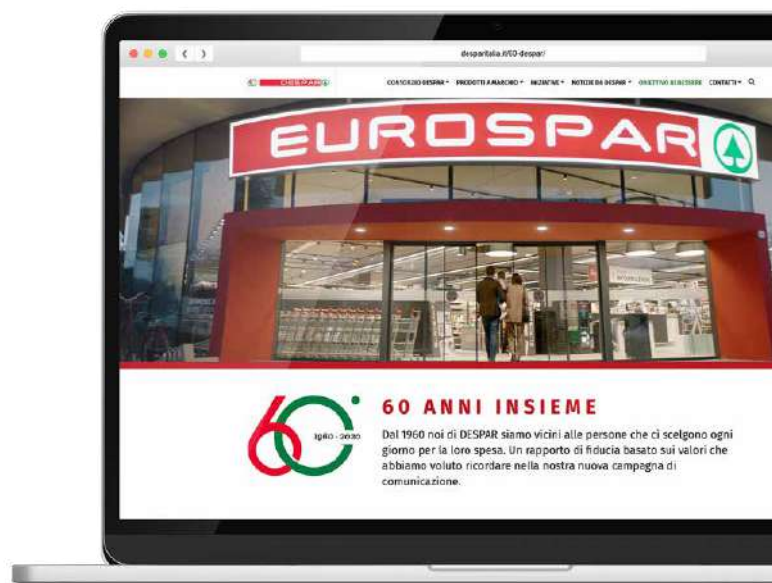
L'intera campagna di comunicazione è stata veicolata attraverso diversi mezzi:

- Spot TV trasmesso sulle principali emittenti locali
- Spot radio diffuso in-store e in radio
- Pagina web dedicata: desparitalia.it/60-despar/
- Affissioni della campagna stampa in esterna e in punto vendita.

Con la campagna di comunicazione è stato anche lanciato il nuovo payoff di marca: "Il valore della scelta", parole che da qui in avanti accompagneranno

il marchio Despar, evidenziando l'importanza che l'insegna ripone nel fare le proprie scelte, permettendo così ai clienti di fare a loro volta scelte consapevoli.

Il 60esimo anniversario di Despar vuole mettere in luce che il compimento di scelte di valore continua a fare la differenza, oggi come 60 anni fa. Scelte realizzate grazie all'ascolto dei bisogni di clienti e fornitori, con i quali l'azienda ha potuto instaurare un saldo rapporto di fiducia che la rende ogni giorno più consapevole dell'importanza del proprio ruolo come realtà della Grande Distribuzione Organizzata.



Gli eventi 2020 di Despar

Nel 2020 Despar ha preso parte, come sempre, a numerosi **eventi internazionali**. Nella prima parte dell'anno, ha partecipato alla **Fiera Marca, il Salone dedicato ai prodotti a Marca del Distributore**: un'importante manifestazione giunta ormai alla 16esima edizione, che ogni anno ospita oltre **750 aziende produttrici e distributrici** di prodotti a marchio.

L'Insegna ha portato a Marca 2020 alcuni dei prodotti dei principali lanci 2019, come il **vino premiato ai PLMA Awards**, la **Special Edition Despar Premium**, la **Caciotta Despar Premium realizzata in collaborazione con la comunità di San Patrignano** e le novità introdotte **nella linea Scelta Verde Bio, Logico Despar**.

La Fiera ha rappresentato anche il momento di lancio di una nuova linea, **Despar Enjoy**, dedicata ai prodotti pronti e facili da gustare come le sfiziose **insalate** con condimenti e posate inclusi nella confezione,



i tradizionali **tramezzini** e gli **estratti di frutta e verdura**, per chi cerca **soluzioni veloci, pratiche e gustose** per i propri pasti.

Per la prima volta invece si è svolta completamente online la **23esima edizione dello SPAR International Partnership Forum**. Un'occasione importante per **sviluppare la collaborazione tra colleghi e fornitori e la crescita internazionale del mondo SPAR**. Tema centrale del forum è stato il periodo storico peculiare che ha **influenzato le abitudini d'acquisto dei clienti nel 2020**, le **implicazioni di questi cambiamenti per il futuro di SPAR e dei fornitori partner** e, più in

generale, le azioni dei maggiori retailer mondiali.

Per instaurare relazioni sempre più forti con le aziende SPAR che operano in altre aree del mondo, Despar Italia ha partecipato con uno **stand dedicato ai prodotti a marchio Made in Italy** disponibili per l'export: attualmente vengono esportati **oltre 1.000 prodotti in 17 Paesi** differenti per un fatturato totale di **20 milioni di euro**. Attraverso il supporto di materiali digitali ha raccontato la **qualità enogastronomica del territorio italiano** e l'attenzione al dettaglio che caratterizza l'operato dei fornitori con cui l'Insegna ogni giorno collabora.

Il Progetto Salute Despar

L'alimentazione consapevole costituisce un valore fondamentale per Despar. Per questo motivo propone ai propri consumatori soluzioni utili e interessanti per **uno stile di vita corretto e sano** grazie a **Progetto Salute**, che comprende **Di Vita magazine**, la rivista

cartacea e **Casa Di Vita**, la testata online.

I due progetti rappresentano la continuazione dell'esperienza di spesa, che inizia tra gli scaffali del punto vendita e prosegue anche a casa con i consigli e le ricette di Casa Di Vita e Di Vita magazine.

I numeri del 2020



Numeri
all'anno

4

Edizioni

**Italiano
e tedesco**

Tiratura

1.320.000 copie anno
330.000 copie a numero

Distribuzione

Gratuita presso i punti
vendita Despar, Eurospar,
Interspar d'Italia



Visite

1.315.214 sessioni totali
1.035.467 utenti unici

Contenuti

+1.200 ricette
+1.400 articoli

Facebook

38.646 followers
275.810 persone raggiunte
a settimana

Instagram

12.366 followers
25.122 Mi Piace

Iscritti alla
newsletter

+330.000

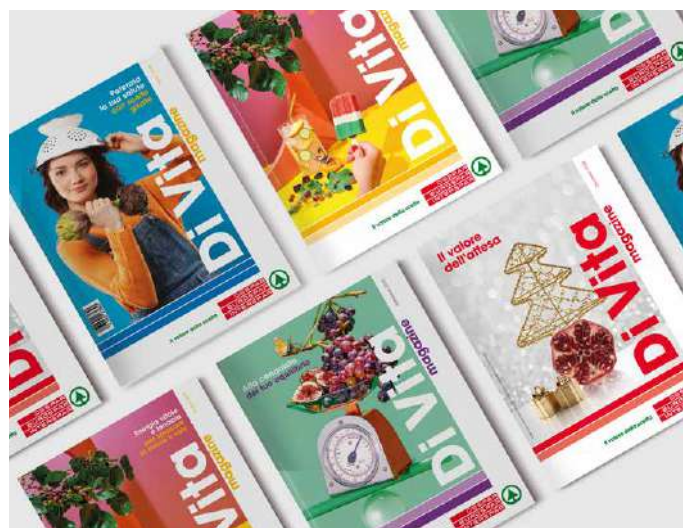
Di Vita magazine

Di Vita magazine è la **rivista trimestrale** distribuita gratuitamente nei punti vendita Despar, Eurospar e Interspar del territorio nazionale, che nel 2020 ha compiuto dodici anni.

Nelle quattro uscite annuali l'Insegna ha modo di approfondire diverse tematiche, **dall'alimentazione ai prodotti, dalla tutela dell'ambiente alla promozione del territorio**, con l'obiettivo di informare e intrattenere clienti e collaboratori. Valori come le scelte di vita consapevoli, la sana alimentazione, il benessere mentale e fisico, oltre alla sostenibilità e al legame con il territorio sono alla base della vocazione del magazine che ambisce a fornire strumenti concreti per la pianificazione e attuazione di uno stile di vita sano.

Casa Di Vita

Di Vita Magazine è anche online, grazie al progetto **www.casadivita.it**. Un sito che raccoglie tutti i contenuti del magazine cartaceo, ma in cui è possibile trovare anche tanti **approfondimenti, ricette e consigli esclusivi** disponibili solo nella versione web.





Comunicare nel 2020: le attività di Despar Italia

Come comunicare al meglio
in un anno particolare come il
2020?

Despar Italia, ha comunicato in
modo differenziato agli stakeholder
di riferimento, utilizzando tutti i
principali canali: carta stampata,
radio e canali online: il sito
istituzionale e la pagina LinkedIn.

**Abbiamo a cuore
il nostro territorio**

Con i nostri prodotti firmati Despar scegliamo di dare valore al territorio. Dare valore, per noi, significa riconoscere, rispettare, far sì che dure con certezza al cliente di cui il 98% è orgogliosamente italiano. Dare valore, per noi, significa dare spazio ogni giorno nei nostri punti vendita a oltre 200 prodotti firmati Despar DOP e IGP provenienti da tutta Italia. Sosteniamo così chi lavora nel nostro Paese, i produttori italiani e il nostro territorio.

98%
fornitori italiani
per i prodotti
firmati Despar

Oltre 200
prodotti a marchio
DOP e IGP

Il valore della scelta

**EUROSPAR
INTERSPAR**

**Quando il tempo
è poco, scegli
Riso Rapido e via**

In soli due minuti, il piatto è pronto grazie a **Riso Rapido Despar**! La soluzione ideale per realizzare una ricetta supporta in pochissimo tempo. **Integrale, Basmati e Gran Nero**: scegli il tuo preferito e libera la tua fantasia.

Il valore della scelta

**EUROSPAR
INTERSPAR**

**Assapora
le eccellenze italiane**

Despar Premium ti accompagna in un viaggio alla scoperta del gusto e della tradizione dei formaggi italiani dal Veneto, alla Toscana, fino alla Sicilia.

Veneto
Il gusto della tradizione veneta è nell'Asiago, prodotto esclusivamente con latte intero della montagna Pademontana veneta. Si distingue per la caratteristica crosta bianca e la consistenza morbida e delicata.

Toscana
Se cerchi un formaggio saporito e preparato con latte 100% italiano, scegli i **Pecorini DOP** toscani. Il giovane, più dolce, oppure lo **stagionato**, dal sapore più deciso e persistente.

Sicilia
Il viaggio all'origine del gusto si conclude in Sicilia dove puoi gustare: il **Pecorino Siciliano DOP** preparato nel Parco naturale, i **Pecorini DOP** ricoperti da **Pecorino DOP** Slow Food e il **Ragusano DOP** dalla tipica forma a parallelepipedo e dal sapore delicato.

Il valore della scelta

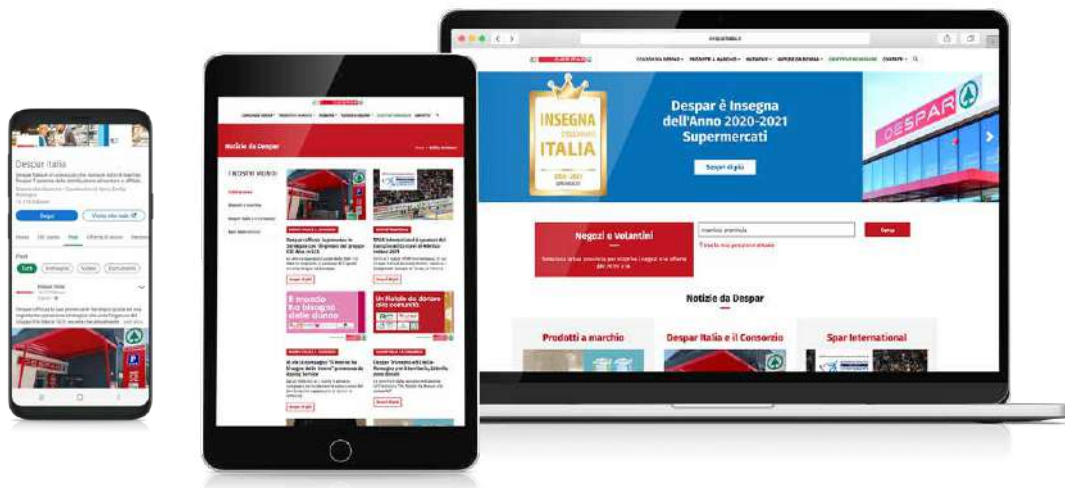
**EUROSPAR
INTERSPAR**

**Yogurt Vital con il latte
dell'Alto Adige: una
scelta nella tua natura**

Lo yogurt da bere Despar Vital è preparato con latte 100% italiano della Alpe dell'Alto Adige. Ammorso con fermenti Bifido e fibre, è un alleato del tuo benessere. Al gusto banana fragola, pesca o frutta di bosco, è un piacere tutto naturale e rispetta l'ambiente grazie al nuovo eco-pack con il 70% di plastica in meno.

Il valore della scelta

**EUROSPAR
INTERSPAR**



Media relations e stampa

L'attività di media relations nel corso del 2020 ha permesso la **diffusione rapida e capillare delle notizie** circa le iniziative attivate dal Consorzio sia nel momento dell'emergenza che nei mesi successivi. Da una parte comunicando la propria presenza e vicinanza e informando in merito ai **servizi attivati per sostenere il personale sanitario**, come lo stanziamento di 500mila euro devoluti a favore dell'Istituto "Lazzaro Spallanzani" di Roma e dall'altra **per rispondere ai bisogni dei clienti**, con il blocco dei prezzi di oltre 1.000 prodotti a marchio. Nel 2020, sono state sviluppate anche **pagine pubblicitarie** per promuovere i prodotti delle linee a marchio Despar, le iniziative del Consorzio e i valori dell'Insegna. Tra queste anche un kit di comunicazione online e offline che racconta il **forte legame tra Despar e il territorio italiano**: dalla diffusione capillare della rete di vendita in 16 regioni, alla selezione accurata di fornitori italiani ed eccellenze DOP e IGP per i prodotti a marchio, fino alle collaborazioni con associazioni locali e banchi alimentari.

Televisione

Ampio spazio è stato dato alla **televisione**, con diverse **uscite sulle reti nazionali Rai e Mediaset**. L'Azienda è tornata ad affermare la propria presenza sulla tv generalista scegliendo un momento significativo e tematiche di rilievo. Prima con gli **spot dedicati alla ripartenza** dopo i mesi di lockdown nazionale, successivamente con la **comunicazione per i 60 anni dell'Insegna** e il nuovo payoff "Il valore della scelta". Despar con il nuovo spot ha voluto celebrare l'anniversario dell'insegna ricordando i **valori che ispirano le scelte**, come il rispetto dell'ambiente, la valorizzazione delle comunità locali sul territorio, la qualità e la sicurezza dei prodotti, l'importanza di un'informazione trasparente e competente per i clienti.

Comunicazione online

Anche online la presenza dell'Insegna è stata ampliata ulteriormente nel 2020: l'homepage del sito è stata aggiornata per dare **maggior risalto alle news relative ai prodotti a marchio e alle iniziative del Consorzio e di SPAR International**. La **pagina LinkedIn** di Despar Italia inoltre, si è arricchita di contenuti: non solo attraverso la condivisione delle notizie più recenti, ma anche postando **video** che, ad esempio, hanno permesso ai Presidenti delle Società del Consorzio di raccontare il loro rapporto con l'Insegna e il significato che "il valore della scelta" ha per loro.

Despar è Insegna dell'Anno 2020 - 2021 nella categoria supermercati

Despar è stata premiata come **insegna migliore nella propria categoria di riferimento**, quella dei supermercati. È risultata essere la **preferita dagli italiani** tra 543 Insegne valutate, aggiudicandosi il prestigioso award internazionale, nato nel 2003 nei Paesi Bassi.

Cosa conta per i consumatori quando valutano un negozio? In che ambiti l'insegna deve eccellere per dare un ottimo servizio ai clienti?

A partire da questi quesiti i consumatori sono stati chiamati a rispondere a domande che indagavano diversi aspetti delle insegne, dal **prezzo** all'**assortimento**, dall'**assistenza** al **servizio** e alla **competenza**, fino alla **facilità d'acquisto**.

Nella maggior parte degli ambiti sono stati assegnati a Despar punteggi molto positivi. I consumatori apprezzano soprattutto l'**ampia gamma di prodotti**, la varietà dell'offerta e la **facilità dell'esperienza di acquisto**, confermando quindi il posizionamento della marca. Anche in un anno così particolare, l'Insegna è riuscita a consolidare il forte legame di fiducia con i propri clienti attraverso l'impegno costante per assicurare **sicurezza e continuità di servizio** all'interno dei propri punti di vendita, e per questo è stata premiata.

I **valori** che guidano le scelte dell'Insegna, ieri come oggi, l'impegno quotidiano e la competenza, la valorizzazione del territorio, la qualità e la sicurezza dei prodotti a marchio sono

diventati i soggetti della campagna realizzata per raccontare il traguardo raggiunto, attraverso l'affermazione e claim:

Fedele ai nostri valori da sempre. Oggi Insegna dell'Anno.

La **campagna** sarà diffusa fino a ottobre 2021, sia **offline** presso i punti di vendita, attraverso cartelloni pubblicitari con messaggi dedicati e spot in-store radio, che **online**, sui social e attraverso un video in cui tra i protagonisti ci sono anche i collaboratori Despar.

Un ringraziamento particolare l'Azienda lo dedica ai propri clienti che la considerano la miglior scelta per la spesa di ogni giorno.



Despar e San Patrignano: una collaborazione di valore

Nel 2020, si è consolidato ulteriormente il forte **legame tra Despar e la Comunità di San Patrignano**, che dal 2018 collaborano insieme nell'ambito del **progetto WeFree**, un programma di prevenzione dedicato ai ragazzi dai 13 ai 19 anni, ai genitori, agli educatori e agli insegnanti di tutta Italia.

WeFree ha lo scopo di promuovere uno stile di vita e di divertimento sano coinvolgendo ragazzi, e non solo, grazie allo **sport** con la **WeFree Run** e allo **spettacolo** con gli annuali **WeFree Days**, giornate nelle quali si svolgono rappresentazioni teatrali, workshop interattivi, interviste e dibattiti nelle scuole e presso la comunità. Dal 2005 a oggi WeFree ha coinvolto 300mila ragazzi provenienti da 1.500 scuole medie e superiori italiane.

Nell'ambito del progetto WeFree, San Patrignano organizza ogni anno WeFree Run: una **gara podistica non competitiva**, che nel 2020 si è svolta con una modalità del tutto innovativa, live per i 1200 ospiti all'interno di San Patrignano e in **virtual race** per i runner, gli amanti del walking e per tutti coloro che hanno voluto testimoniare il proprio supporto alla comunità. Invece di correre tutti insieme tra le strade della Comunità, ciascuno ha potuto registrare la propria performance in qualsiasi parte d'Italia si trovasse e inviare i risultati all'organizzazione. **In palio, per i primi tre classificati, i prodotti enogastronomici di San Patrignano e della linea Despar Premium.** Partecipare alla WeFree Run significa condividere un'idea sana di sport, abbracciare una vita libera da ogni dipendenza,



scegliere stili di vita positivi e offrire un sostegno concreto a San Patrignano.

Ad aprire il nuovo anno di progetti per le scuole sono stati, come di consueto, i **WeFree Days**, che, da oltre un decennio, segnano l'inizio delle attività dedicate al tema della prevenzione declinate su tutto il **territorio nazionale** e rivolte agli studenti delle scuole. Le attività hanno come obiettivo quello di raccontare la bellezza della vita e le sue tante possibilità attraverso esempi positivi che possano **ispirare i giovani e aiutarli a valorizzare i propri talenti.**

Per il secondo anno consecutivo Despar Italia ha scelto di sostenere queste giornate che si inseriscono perfettamente nel programma di iniziative dell'Azienda legate alla Responsabilità Sociale d'Impresa. I WeFree Days quest'anno sono stati ancora più speciali per Despar Italia che, in occasione dell'evento online del **19 ottobre**, ha ricevuto il **Premio WeFree**, assegnato per il **sostegno che Despar Italia offre alla Comunità di San Patrignano** fondato sulla centralità delle persone e il dovere di tendere la mano a chi è in difficoltà,

nella convinzione che solo una formazione personale attenta e quotidiana può rappresentare una svolta nella vita delle ragazze e dei ragazzi.

Il progetto WeFree ha raggiunto, anche grazie all'aiuto di Despar Italia, un numero crescente di persone facendo loro conoscere le **attività di prevenzione e di promozione di stili di vita sani e liberi dalle dipendenze**. Il premio ottenuto ad ottobre 2020 è un **riconoscimento tangibile** dell'impegno che Despar mette ogni giorno nel dare valore alle proprie scelte.



Le linee a marchio Despar

Despar offre ai propri consumatori un assortimento completo, controllato e garantito di prodotti a marchio, grazie alle **17 linee MDD e circa 3.300 referenze totali** in grado di soddisfare ogni esigenza.



La linea Despar offre una gamma completa di prodotti per la spesa quotidiana. I prodotti della linea Despar si articolano in diverse categorie, alimentari e non, con il giusto rapporto qualità/prezzo per rispondere a ogni esigenza dei consumatori.



La linea Despar Premium vanta prodotti che rappresentano eccellenze gastronomiche e specialità locali, selezionate per offrire il meglio della tradizione italiana e non solo. Essa propone un'ampia gamma di prodotti DOP e IGP, con sapori unici legati ai territori d'origine.



La linea Despar Enjoy è dedicata a chi cerca soluzioni veloci, pratiche e ricche di gusto pronte da mangiare o da bere per colazioni, pranzi o semplici snack. Tanti prodotti freschi e pronti da gustare: dalle sfiziose insalate, ai tradizionali tramezzini, fino ad estratti di frutta e verdura.



La filiera Despar Passo dopo Passo si basa su regole che permettono di conoscere con la massima trasparenza: provenienza dei prodotti, metodi di allevamento e coltivazione, lavorazione e trasporto al punto vendita. Il bollino Passo dopo Passo è posto su verdura, frutta, carne e pesce.



La linea Despar SCELTA VERDE Bio,Logico nasce in risposta a tutti quei consumatori, attenti alla salvaguardia delle risorse naturali, della biodiversità e al benessere degli animali, che ricercano prodotti ottenuti con materie e procedimenti naturali.



La linea Despar SCELTA VERDE Eco,Logico è il marchio di prodotti non alimentari a ridotto impatto ambientale, ideati e concepiti per limitare il consumo energetico e preservare le risorse del pianeta. La scelta delle materie prime con cui sono realizzati deve garantire un basso impatto inquinante.



La linea Despar Era Ora nasce per combinare la mancanza di tempo al gusto per la buona tavola attraverso prodotti appetitosi, facili e veloci da preparare. Fanno parte di questa linea primi piatti surgelati, sughi pronti, verdure surgelate, ecc.



La linea Despar Equo Solidale propone prodotti provenienti dal commercio equo e solidale che favorisce economie emergenti e sostiene i piccoli agricoltori nel Sud del Mondo. Le referenze sono disponibili in pack ecosostenibili e completamente richiudibili per consentire un minor spreco di cibo.



La linea Despar Veggie propone una gamma di prodotti gustosi dedicati a chi cerca una buona e sana alternativa ai piatti di origine animale nel rispetto di un'alimentazione vegetariana o vegana. La maggior parte dei prodotti di questa linea proviene da agricoltura biologica certificata.



La Linea Despar Vital rappresenta un'offerta di prodotti funzionali e salutistici (arricchiti, senza qualche nutriente, associati alla vita sana, ecc.), con i quali si vuole promuovere salute e benessere senza trascurare gusto e convenienza.



La linea Despar Free From è il marchio per i consumatori con problemi di celiachia o intolleranza a glutine, lattosio e lieviti. I prodotti Free From senza glutine sono certificati dal marchio Spiga Barrata.



La linea Ca' Dolce, selezionato da Despar comprende prodotti specifici per le ricorrenze (Natale e Pasqua).



La linea Despar XMe comprende prodotti specifici per l'igiene e la cura della persona. Un'ampia gamma che include bagnoschiuma, shampoo, deodoranti e molto altro ancora.



La linea Despar Bebé è il marchio dedicato ai prodotti specifici per l'igiene, la cura e l'alimentazione dei bambini. Vengono realizzati con ingredienti biologici di origine vegetale, sono delicati sulla pelle dei bambini e tutti dermatologicamente testati.



La linea Despar MediPro raggruppa i prodotti di parafarmacia. I prodotti di questa linea si dividono in sei categorie: Medicazione, Cerotti Speciali, Primo Soccorso, Comfort e cura di mani e piedi, Cura e prevenzione, Diagnostica.



Molly è la linea di prodotti a marchio Despar dedicata ai gatti, che comprende alimenti completi o complementari ricchi di vitamine e sostanze nutritive. Molly Premium è la linea di prodotti di alta qualità per l'alimentazione del gatto formulata per offrire l'eccellenza anche agli amici a quattro zampe.



Scotty è la linea di prodotti a marchio Despar dedicata ai cani, che comprende alimenti completi o complementari ricchi di vitamine e sostanze nutritive. Scotty Premium è la linea di prodotti di alta qualità per l'alimentazione del cane formulata per offrire l'eccellenza anche agli amici a quattro zampe.

La crescita MDD nel 2020

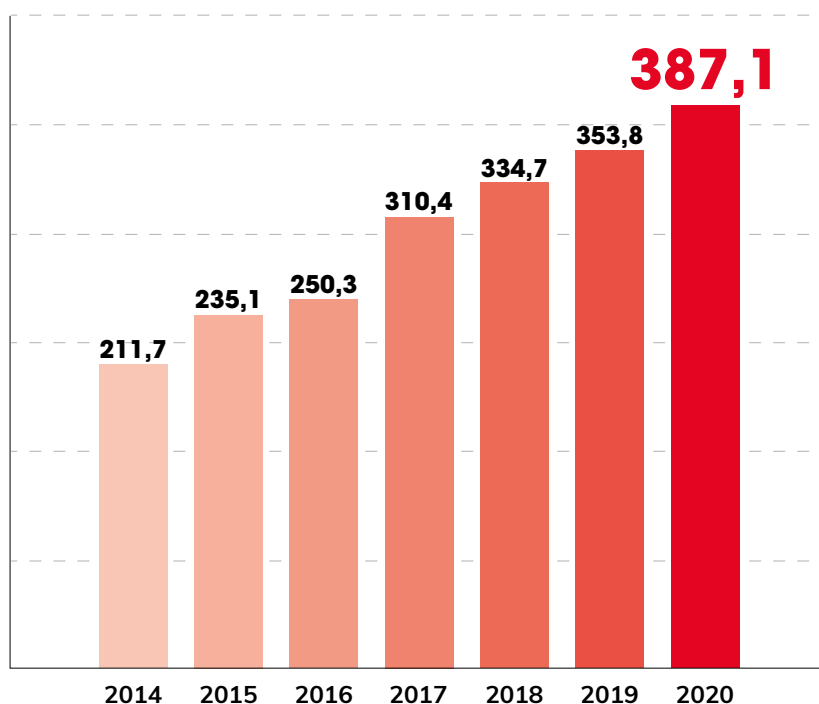
Nel corso del 2020 Despar Italia ha cercato di rispondere con ancora più impegno alle domande dei consumatori grazie ai **prodotti a marchio del distributore**. La pandemia ha cambiato infatti le priorità degli italiani e con esse i bisogni, i desideri e le abitudini di acquisto. In questo anno di incertezze i consumatori hanno **privilegiato la Marca del Distributore e i primi prezzi**, garanzia di convenienza, rivolgendosi a marche in grado di rassicurarli e di instaurare un rapporto solido di **fiducia**.

Le dinamiche che si sono instaurate hanno permesso una crescita del fatturato in acquisto per i prodotti MDD che raggiunge i **387 milioni di euro** con una **quota sul totale grocery pari al 20,3%**.

L'ascolto attento e accurato delle esigenze di mercato e la collaborazione con produttori nazionali permettono a Despar Italia di garantire sempre **varietà, qualità e sicurezza dei prodotti** a marchio, consentendo così anche ai consumatori di fare una scelta di valore.

Fatturato in acquisto

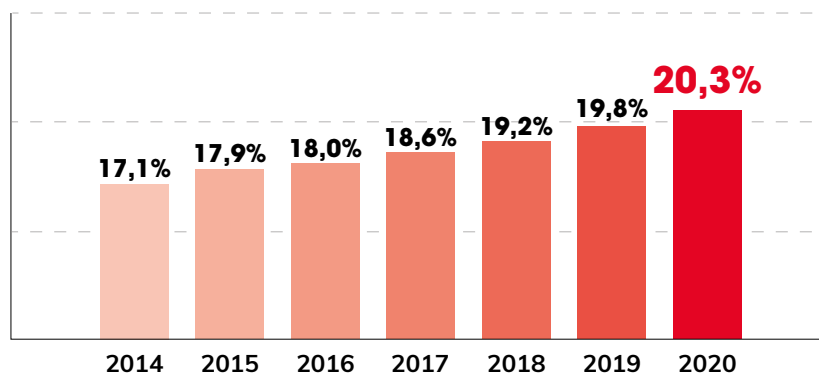
Valori in milioni di euro



Fonte: Dati Interni Despar Italia

Quota MDD

su totale vendite grocery



Fonte: Nielsen Trade*Mis Dicembre 2020

I prodotti MDD più venduti nel 2020

I prodotti più venduti nel 2020 appartengono a diverse linee MDD: **Despar** con lo zucchero 100% italiano Dolce Passione, il Latte Più, il tris di mozzarelle e il Grana Padano, **Premium**, come l'olio extra vergine di oliva 100% italiano, le olive taggiasche denocciolate e

l'arancia rossa di Sicilia I.G.P, **Scelta Verde Bio,Logico** con il salmone affumicato, le uova fresche e le mele biologiche, **Passo dopo Passo** con le carote, le patate e i pomodori.



**Zucchero
100% italiano
Despar**



**Latte Più
Despar**



**Mozzarella Tris
Despar**



**Grana Padano
Despar**



**Olio extra vergine di oliva
100% italiano
Despar Premium**



**Olive taggiasche
denocciolate
Despar Premium**



**Arancia rossa
di sicilia I.G.P.
Despar Premium**



**Salmone affumicato
biologico
Scelta Verde Bio,Logico**



**Uova fresche
Scelta Verde Bio,Logico**



**Mele biologiche
Scelta Verde Bio,Logico**



**Carote
Passo dopo Passo**



**Patate per tutti gli usi
Passo dopo Passo**



**Pomodori
Passo dopo Passo**

Fonte: Nielsen Trade*Mis AT 03/01/21

Prodotti a Marchio: novità 2020

La **Marca del Distributore** acquisisce sempre più importanza e ricopre un ruolo fondamentale nel panorama italiano dell'industria alimentare, l'**acquisto di prodotti alimentari MDD nel 2020 è aumentato del 9%**, raggiungendo una **quota del 20,2%**.

I consumatori scelgono la Marca del Distributore perché oltre a rappresentare un'**alternativa conveniente** è anche sinonimo di **sicurezza, qualità e attenzione all'ambiente**.

Chi ricerca prodotti MDD è anche attento all'**italianità**,

alla **filiera** e alla **sostenibilità** sia nel contenuto che in termini di packaging e processi.

Nel corso del 2020 Despar Italia ha lanciato **oltre 200 nuovi prodotti** e ha realizzato **più di 270 restyling di prodotto**, rinnovando i packaging dal punto di vista grafico e creativo per renderli più in linea con i trend del momento. **Sostenibilità, produttori locali, benessere e food to go** sono stati al centro dello sviluppo delle nuove referenze in diverse linee di prodotti MDD.

Sostenibilità ambientale

La linea **Scelta Verde Eco,Logico Despar** è il marchio di prodotti non alimentari a ridotto impatto ambientale. I piatti della linea a marchio sono realizzati in **fibra vegetale** e i bicchieri in **bioplastica naturale PLA e CPLA**, mentre prodotti come asciugatutto, carta igienica, tovaglioli e fazzoletti rispettano l'ambiente essendo realizzati con **carta 100% riciclata e certificazione Ecolabel**.

Tutti i prodotti a marchio **Scelta Verde Eco,Logico Despar** sono confezionati con packaging in **Mater-Bi biodegradabile e compostabile**.

Lo **Yogurt da bere Despar Vital**, con **latte 100% italiano** da mucche dell'**Alto Adige**, nella sua nuova versione di packaging eco-friendly ha il **70% di plastica in meno** rispetto alla confezione precedente.



Carta igienica 100% carta riciclata
Scelta Verde Eco,Logico



Asciugatutto 100% carta riciclata
Scelta Verde Eco,Logico



Fazzoletti 100% carta riciclata
Scelta Verde Eco,Logico



Tovaglioli 100% carta riciclata
Scelta Verde Eco,Logico



Piatti piani / piatti fondi / piatti dessert
biodegradabili e compostabili
Scelta Verde Eco,Logico



Bicchieri / bicchierini da caffè
biodegradabili e compostabili
Scelta Verde Eco,Logico



Yogurt da bere - gusto pesca, fragola,
banana, frutti di bosco
Vital



Mele biologiche
Scelta Verde Bio,Logico

Prodotti locali

Tra le novità della linea **Despar Premium**, nel 2020 ci sono stati diversi **formaggi** espressione di tradizioni casearie locali di quattro regioni: **Puglia, Toscana, Sicilia e Veneto**.

Inoltre, sono state inserite tre novità con **carne di suino nero** derivanti da filiera certificata: **la salsiccia dolce, la salsiccia e la spianata piccante con peperoncino di Calabria**.

Tre specialità territoriali prodotte per Despar in collaborazione con i diversi Consorzi di Tutela: il **radicchio di Verona IGP**, il **radicchio di Chioggia IGP** e il **radicchio di Castelfranco IGP**.

Dalla **tradizione vinicola siciliana** invece, **dieci vini del territorio DOC e IGP**, come **Nero D'Avola DOC**, **Grillo DOC**, **Zibibbo DOC Biologico** e **Syrah DOC Biologico**.



**Pecorino Stagionato DOP
Toscana**
Despar Premium



**Salsiccia dolce
di suino nero**
Despar Premium



**Cioccolato finissimo al latte
classico / caramello salato**
Despar Premium



Riso nero integrale
Despar Premium



Tris di radicchi
Despar Premium



Zucca mantovana
Despar Premium



Vini siciliani
Filiera Despar - Capo Trecupi

Benessere

La nuova linea di **succhi e nettari a marchio Despar** è un esempio dell'attenzione che l'Azienda rivolge al tema del benessere.

Insieme ai nutrizionisti dell'Università di Parma sono state revisionate **le ricette di oltre 25 bevande firmate Despar** secondo gli Obiettivi del Ministero della Salute, che hanno portato ad un risparmio di 105 tonnellate di zucchero rispetto ai volumi di venduto dell'anno 2019.



**Succo e polpa da frutta
italiana biologica - gusti assortiti**
Scelta Verde Bio,Logico



**Succo e polpa da frutta italiana
gusti assortiti**
Despar



Bevanda alla frutta - gusti assortiti
Despar



Succo e polpa - gusti assortiti
Despar

Prodotti “Ready to”

La linea Despar Enjoy è stata sviluppata per chi cerca per i propri pasti **soluzioni veloci e pratiche**, come le **insalate**, complete di condimenti e posate, disponibili in tanti abbinamenti, dalla referenza più classica con misticanza e pomodorini 100% biologica, a quella più particolare con olive e pomodori secchi o noci e crostini. Altri prodotti che compongono questa linea della categoria “Food To Go” sono i tradizionali **tramezzini** e gli **estratti di frutta e verdura**. Per ampliare ulteriormente la gamma di prodotti Despar ha lanciato anche la **linea Risi Rapid** che si compone di **tre referenze: Basmati, Integrale e Gran Nero**.



Tramezzini - gusti assortiti
Despar Enjoy



Panini - gusti assortiti
Despar Enjoy



Estratti di frutta e verdura
Despar Enjoy



Risi Rapid - gusti assortiti
Despar



Insalate - gusti assortiti
Despar Enjoy

Salute to Excellence Awards

Completano l'assortimento i **filetti di branzino Despar Premium**, che nel 2020 hanno ottenuto il premio assegnato ogni anno dall'associazione **PLMA** (Private Label Manufacturers Association) per celebrare la qualità dei prodotti a Marchio del Distributore.

I filetti di branzino Despar Premium hanno ottenuto il riconoscimento grazie alla grande **qualità della materia** e ai processi produttivi che ne garantiscono la **lavorazione a mano entro 48 ore dalla pesca**.



Filetti di branzino
in olio di oliva
Despar Premium

Special Edition Despar Premium 2020: tutto il buono del territorio

Le feste natalizie anche nel 2020 sono state rese indimenticabili dai prodotti **"Special Edition" della linea a marchio Despar Premium**, salumi e formaggi provenienti da tutta Italia, eccellenze che celebrano la varietà dell'offerta gastronomica del nostro territorio.

L'iniziativa, giunta alla sua **terza edizione**, ha reso disponibili **solo per il mese di dicembre** prodotti Special Edition provenienti da diverse regioni italiane. Per questa edizione 2020 le referenze sono state ben nove, tre in più rispetto all'anno precedente, tra loro, alcune conferme e tante novità a cominciare dai salumi.

La **Porchetta di Suino Brado** dell'azienda Renzini, Alta Norcineria che si trova nei territori umbri colpiti dal terremoto, prodotta con una tecnica di lavorazione antica, il disosso manuale, la legatura realizzata a mano e la lenta cottura nei forni refrattari.

La **Sella di Suino** così chiamata per la sua forma e il suo colore dato dal pepe verde e rosa. La coscia, marinata con una concia a base di aceto balsamico, stagiona 9 mesi sui Monti Sibillini.

La **Mortadella di Cinghiale**, una miscela di carne magra di cinghiale e suino con un limitato contenuto di grassi, e infine, il **Prosciutto cotto di Suino Nero** da allevamenti italiani: la coscia è massaggiata per 96 ore, legata e cucita a mano presso l'azienda Raspini.

Tra i formaggi è stata confermata la **Schiava d'Asino**, già presente nella scorsa edizione. Morbido al palato, questo formaggio viene affinato in grotte di tufo di origine romana nel centro storico di Calitri ad Avellino. Un'altra conferma è stato il **Caciocavallo dell'Alta Irpinia** anch'esso affinato in grotte di tufo che gli conferiscono il gusto unico per cui è conosciuto.

Le novità di questo 2020 sono state: il **Bastardo di Vacca Burlina**, una razza di vacca autoctona delle

colline venete, stagionato 20 mesi e il **Pecorino Crù stagionato oltre 15 mesi** realizzato dai ragazzi della **Comunità di San Patrignano** ottenuto dal latte di pecore nutrite con fieno maggengo.

A completare questa "Special Edition" il **Pecorino Roncione**, avvolto nella paglia, questo formaggio toscano affina in una grotta settecentesca per almeno 90 giorni su assi di legno.

La Special Edition Despar Premium 2020 è stata la **celebrazione delle eccellenze del Paese**, della qualità dei prodotti tipici provenienti da diverse regioni italiane e di come **Despar Italia** dia valore e **importanza alle produzioni artigianali** di altissima qualità.

Special Edition





Un nuovo sito web: il progetto “Obiettivo Benessere” arriva online

Nel 2018 Despar ha deciso di dar vita a **un progetto volto a migliorare la formulazione di alcuni prodotti a marchio, che contiene nel suo nome lo scopo per il quale è stato avviato: “Obiettivo Benessere”**.

Il progetto è scaturito dalla partnership con il dipartimento di Scienze degli Alimenti e del Farmaco dell'Università di Parma, il quale ha attivato uno studio sull'**aumento di fibre e sulla riduzione di sale, zuccheri e grassi di alcuni prodotti alimentari**. Alla base e linea guida del progetto, il documento del Ministero della Salute “Obiettivi condivisi per il miglioramento delle caratteristiche nutrizionali dei prodotti alimentari con particolare attenzione alla popolazione infantile (3-12 anni)”.

In una prima fase è stato analizzato il contenuto di grassi saturi, zucchero, sale e fibre (componenti indicati dal Ministero della Salute) di **300 referenze a marchio proprio**. Sono stati scelti prodotti di uso quotidiano e di

prezzo contenuto, appartenenti alle **linee Despar e Despar Scelta Verde Bio, Logico**. L'intento era quello di lavorare sul bilanciamento nutrizionale, la bontà e la qualità di prodotti di consumo quotidiano, accessibili a tutti i clienti. Nel 2019, poi, Despar Italia è andata oltre quanto richiesto dal Ministero, analizzando **altri 500 prodotti** con i nutrizionisti dell'Università di Parma, appartenenti a nuove categorie merceologiche.

La collaborazione con l'Università di Parma non si è limitata allo studio e al miglioramento delle caratteristiche dei prodotti, è andata oltre, investendo nella **formazione e nell'informazione rivolta ai consumatori**, per aiutarli a compiere scelte alimentari più attente. Per questo nel 2020 è

stato sviluppato il **sito web**, dedicato **esclusivamente al progetto Obiettivo Benessere**. Qui si trovano diverse **informazioni relative ai nutrienti** analizzati nel corso dello studio, **consigli pratici** per ridurre i consumi di quelli meno salutari o aumentare il rilievo di quelli sani, secondo i valori consigliati dall'OMS; esempi di **alimenti che è bene assumere** e suggerimenti per leggere l'**etichetta** dei prodotti.

Attraverso infografiche esemplificative vengono descritti **valori energetici e porzioni raccomandate** delle 9 categorie merceologiche a cui appartengono i prodotti analizzati dai nutrizionisti dell'Università di Parma: soft drink, gelati, yogurt, biscotti, succhi e nettari, cereali per colazione, merendine, snack salati, cracker. Conoscere a quanto corrisponde il contenuto energetico di alcuni alimenti in termini di attività fisica, saper leggere le etichette dei prodotti o ricordare le porzioni giornaliere raccomandate, sono aspetti che possono **aiutare il consumatore a compiere scelte d'acquisto più consapevoli e a mantenere uno stile di vita più attivo e salutare**.

Un esempio del lavoro che Despar ha svolto dal 2018 a oggi nell'ambito del progetto Obiettivo Benessere è la **nuova linea di succhi e nettari a marchio Despar**, distribuita in punto vendita a partire da **novembre 2020**. L'analisi e la revisione delle ricette di succhi di frutta, nettari e bevande alla frutta ha portato a un **risparmio di oltre 100 tonnellate di zucchero** (quantità di zucchero ridotta sulla base dei volumi venduti nell'anno 2019).

La scelta consapevole degli alimenti è sempre più importante, per vivere una vita attiva e migliorare il proprio stato di salute. Per questo Despar promuove ogni anno **numerosissime iniziative**, a livello nazionale e territoriale, **per sensibilizzare le persone verso uno stile di vita improntato al benessere**. Sono esempi di questo impegno il **Di Vita magazine**, periodico sulla sana alimentazione distribuito gratuitamente nei punti vendita, e il progetto **"Le Buone Abitudini"** attivato da Despar Triveneto ed Emilia-Romagna per portare l'educazione alimentare nelle scuole.

Meno zucchero, più spazio al tuo benessere

-105 tonnellate di zucchero**

Insieme ai nutrizionisti dell'Università di Parma diamo valore al tuo benessere: abbiamo rivisto la ricetta di oltre 25 bevande firmate Despar secondo gli Obiettivi del Ministero della Salute*. Così facendo, riduciamo l'utilizzo di zucchero di 105 tonnellate e scegliamo di farti stare bene, ogni giorno.

OBBIETTIVO BENESSERE
DESPAR

www.obiettivobenessere.it

*Secondo i valori per l'ingestione di zuccheri contenuti nelle tabelle nutrizionali del Ministero della Sanità (2014).
**Quantità di zucchero ridotta sulla base dei volumi venduti nell'anno 2019.

Il valore della scelta

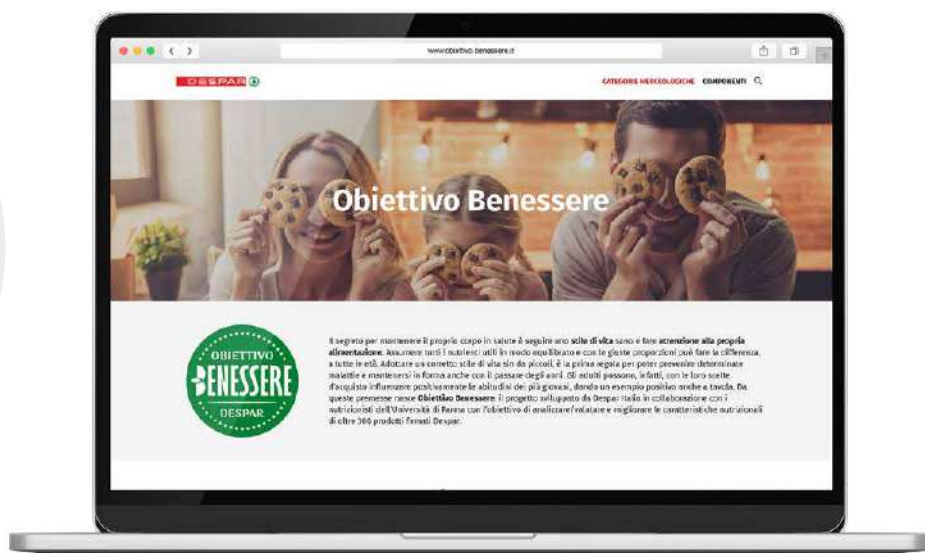
DESPAR
EUROSPAR
INTERSPAR

L'attenzione all'alimentazione e a un corretto stile di vita sono considerati oggi fattori imprescindibili per migliorare il proprio stato di salute generale, oltre che un grande strumento di prevenzione a disposizione di ciascuno.

Inquadra il QR CODE e visita il sito di Obiettivo Benessere



www.obiettivo-benessere.it



Nuovi format e attenzione al territorio: le aperture del 2020

Nonostante tutti gli ostacoli portati dal 2020, le **Società del Consorzio Despar** hanno **continuato ad espandersi sul territorio nazionale** perché proprio quest'anno si è rivelata più che mai fondamentale la presenza di un supermercato vicino casa a cui fare affidamento e dove trovare diverse soluzioni per la propria spesa.

Aspiag Service: aperture post-pandemia e nuovi format

Primi in ordine temporale, perché **nati proprio durante i mesi di pandemia** sono l'**Eurospar di Limena (PD)** e l'**Eurospar di Bologna**. Due punti vendita che hanno creato nuove opportunità di lavoro nel territorio in un momento di forte incertezza. I due punti vendita hanno aggiunto **2.315 metri quadrati totali alla superficie di vendita** detenuta da Aspiag e contano **1.736 metri quadrati dedicati al mondo food**. Un segnale di fiducia nel territorio e nelle possibilità che ha da offrire, lanciato da Aspiag Service alla fine di aprile.

Altra apertura importante dell'Azienda è stata il suo **40° Interspar a Casier (TV)**: 2.500 metri quadrati di superficie e un **format completamente nuovo** sia per l'interno che per l'esterno. **Grande spazio ai prodotti del territorio e ai reparti serviti** in un contesto elegante e confortevole che accompagna il cliente nell'acquisto. Interessante anche l'aggiunta di **corner tematici nei reparti non-food** come casalinghi, giocattoli e profumeria oltre alla presenza di una parafarmacia e un farmacista sempre disponibile. Un inno allo sviluppo sostenibile e attento alle richieste del territorio.





Gruppo 3A: nuovi Eurospar di quartiere

Vicinanza al territorio e servizi per facilitare la spesa sono stati i driver principali per lo sviluppo dei nuovi punti vendita di Gruppo 3A, durante il suo primo anno di partecipazione al Consorzio Despar Italia. Due esempi dell'espansione avvenuta nel 2020 sono gli **Eurospar di Bruino (TO) e Castagnito (CN)** aperti nella seconda metà dell'anno. Il primo occupa una superficie di circa 1.200 metri quadrati e coniuga al meglio l'attenzione a garantire un'esperienza di spesa ottimale con la **valorizzazione delle eccellenze locali e dei prodotti a marchio dell'Insegna**. Una filosofia, questa, che si ritrova anche nel punto vendita di Castagnito (CN), 650 mq, dove i prodotti del territorio trovano spazio anche nella **Macelleria** grazie alla partnership con Coalvi, il marchio del **Consorzio di Tutela della Razza Piemontese**.



Maiora: nuova shopping experience ed espansione in Abruzzo

Anche Maiora è stata tra le Società del Consorzio che hanno registrato diverse nuove aperture nel corso del 2020. Tra le più rilevanti, l'**Interspar di Modugno (BA)** che è stato realizzato secondo un **format di vendita completamente nuovo realizzato in collaborazione con l'Università di Parma**. Il risultato è stato un negozio pensato per migliorare la shopping experience dei clienti mettendo al centro **l'italianità e la freschezza dell'assortimento**, con un'attenzione particolare ai fornitori locali. Tra le novità del nuovo format: mini-mondi dedicati a cibi e bevande di qualità e ancora più attenzione alla sostenibilità grazie a impianti di ultima generazione. Il format adottato a Modugno è stato esportato anche in altri punti vendita come l'**Interspar di Villanova Cepagatti (PE)**, apertura che è parte del piano di sviluppo aziendale in **Abruzzo**. Oltre 3.500 mq di superficie di vendita che ripropongono il format sperimentato a Modugno. Proprio l'Abruzzo è stato terreno di grande sviluppo per Maiora che ha aperto anche un altro **Interspar a Silvi Marina (TE)** che occupa 3.352 mq di superficie e sperimenta l'introduzione di insegne luminose e nuovi colori per valorizzare al meglio i prodotti esposti.



Aspiag Service S.r.l.



2.433.585.941 €

FATTURATO 2020

570

PUNTI VENDITA

415.779 mq

SUPERFICIE DI VENDITA

Il bacino commerciale

Trentino-Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia-Romagna.

Sede legale e centro distributivo

Via Buozzi, 30 - 39100 Bolzano

Centrale amministrativa e centro distributivo

Via G. Galilei, 29 - 35035 Mestrino (PD)
Tel. 049 9009311 - Fax 049 9009400

Sede e centro distributivo

Viale R. Schumann, 50 - 33100 Udine

Organigramma

Presidente: Harald Antley

Amministratore Delegato: Francesco Montalvo

Amministratore Delegato: Paul Klotz

Amministratore Delegato: Christof Rissbacher

Direttore Relazioni Esterne: Giovanni Taliana

www.despar.it

info@despar.it

Tipologia di punti vendita

Canale	N° PDV
Libero Servizio	271
Supermercati	279
Ipermercati	20
Totale	570

Numero e tipologia di punti vendita

Insegna	PDV affiliati	PDV diretti	PDV totali	mq
Despar	304	83	387	126.438
Eurospar	19	124	143	171.693
Interspar	-	40	40	117.648
Totale	323	247	570	415.779



Le iniziative

Per Aspiag Service, grazie alle diverse iniziative che l'azienda ha scelto di supportare, il 2020 è stato un anno votato all'insegna della comunità. Oltre all'impegno per la **donazione della merce invenduta** (nel 2020 oltre 1.000 tonnellate di cibo) e la continua collaborazione con Last Minute Market e Banco Alimentare, Aspiag Service ha organizzato diverse **raccolte fondi per sostenere le realtà del territorio** che più ne hanno avuto bisogno. È stato rinnovato anche nel 2020 il progetto **"Il mondo ha bisogno delle donne"** che ha raccolto più di **160mila euro** in poco più di dieci giorni; dalla vendita dei premi antiaderenti della **Collection Sambonet** sono stati ricavati **170mila euro per la Croce Rossa Italiana**; l'iniziativa **"Vini di Vo"**, sostenuta anche da Despar, e organizzata dal comune euganeo ha raccolto circa **70.000 euro per la ricerca donati all'Università di Padova**. Non sono mancati anche gli aiuti per la comunità all'inizio dell'emergenza come la donazione di **beni di prima necessità proprio a Vo' Euganeo**, il primo comune padovano rimasto isolato nei primi giorni di pandemia.

Un sostegno alla comunità che non si è fermato alle raccolte fondi ma ha proseguito con la **sponsorizzazione di diversi eventi sul territorio**: il Carnevale di Venezia, l'evento musicale di Radio Bruno a Modena, il food festival padovano Salone dei Sapori che quest'anno si è svolto online e Barcolana a Trieste dove l'Azienda ha allestito un truck che ha ospitato diverse degustazioni guidate.

Molti eventi e iniziative per i clienti dell'Azienda a causa della pandemia si sono spostati online ma hanno comunque mantenuto un buon seguito: le **24 degustazioni online** svolte nel corso dell'anno hanno raccolto un **pubblico di 940 utenti**, mentre per circa **20.000 famiglie** sono stati curati dei **kit virtuali a cura del progetto "Le Buone Abitudini"** per far vivere al meglio i mesi più difficili anche ai più piccoli.

Nel corso dell'anno Aspiag Service ha anche ottenuto diversi riconoscimenti, ad esempio il **premio "Top Fresh Retailer"** come **"Miglior Gruppo Distributivo dell'Area Nord Est"** per l'ortofrutticolo, e, con grande anticipo, la **certificazione ISO 45001** che sottolinea l'impegno dell'Azienda nella gestione della salute e la sicurezza sul lavoro.

I risultati

Nel 2020 Aspiag Service ha proseguito i lavori al **nuovo polo logistico di Monselice (PD)**, arrivato ormai alla fase 2 del progetto e ha presentato ufficialmente alle autorità locali il **nuovo Magazzino logistico** che sorgerà a **Castel San Pietro Terme (BO)**, che rafforzerà ulteriormente la presenza dell'Azienda in Emilia-Romagna e supporterà il prossimo sviluppo nel sud della Lombardia.

L'attenzione alla filiera distributiva si è unita a una crescita continua della rete di vendita che ha portato all'inaugurazione di **10 nuovi punti vendita diretti**, di cui una ristrutturazione e **13 negozi gestiti da dettaglianti affiliati**. Tra le 23 nuove aperture, **diversi punti vendita in Emilia-Romagna**, regione in forte espansione per Aspiag Service, tra cui l'**Eurospar di Bologna**, nato subito dopo il lockdown primaverile, e l'**Eurospar di Funo di Argelato (BO)**, il 23esimo nella regione. Importanti anche le nuove aperture in Friuli Venezia Giulia, come il **Despar di Fogliano Redipuglia (GO)** a disposizione della piccola comunità di 3mila abitanti, e in **Veneto** dove l'**Interspar di Casier (TV)**, ad esempio, ha rappresentato per l'azienda il suo 40esimo Interspar e l'ulteriore perfezionamento di questo format.

Ergon Società Consortile a r.l.

693.935.499 €

FATTURATO 2020

338

PUNTI VENDITA

160.344 mq

SUPERFICIE DI VENDITA



Il bacino commerciale

Province di Ragusa, Agrigento, Catania sud, Caltanissetta, Enna, Palermo, Trapani e Siracusa.

Sede sociale

C/da Bettafilava - 97100 Ragusa
Tel. 0932 644002 - Fax 0932 644001

www.ergonconsortile.it

www.desparsicilia.it

amministrazione@ergonconsortile.it

commerciale@ergonconsortile.it

Organigramma

Presidente: Gianni Cavalieri

Dir. Commerciale: Marco Sgarioto

Resp. Acquisti: Gianni Cabibbo

Resp. Marketing: Concetta Lo Magno

Dir. Logistica: Ugo Sgarioto

Dir. Amministrativa: Angelo Leggio

Resp. IT: Calogero Impallaria

Direzione Audit e Formazione: Paolo Canzonieri

Tipologia di punti vendita

Canale	N° PDV
Libero Servizio	146
Supermercati	34
Ipermercati	6
Discount	149
Cash&Carry	3
Totale	338

Numero e tipologia di punti vendita

Insegna	PDV affiliati	PDV diretti	PDV totali	mq
Despar	129	7	136	34.490
Eurospar	4	12	16	15.515
Interspar	-	6	6	13.740
Cash&Carry	-	3	3	9.200
Altro	100	77	177	87.399
Totale	233	105	338	160.344

I risultati

Il 2020 è stato un anno difficile per il mondo intero. **Ergon** ha deciso di affrontarlo nell'unico modo che conosce: **accanto ai suoi clienti e alla comunità in cui opera**. Sin dai primi mesi di pandemia, la società siciliana ha voluto rafforzare il legame con la collettività, soprattutto verso chi è stato maggiormente colpito dall'emergenza sociale ed economica che il Covid ha determinato, offrendo un **aiuto concreto** attraverso la collaborazione con le Caritas siciliane. Inoltre, è stato nei mesi più difficili del 2020 che Ergon ha deciso di concentrarsi su un **importante progetto** a cui pensava da tempo, ma che la pandemia e l'esigenza di rispondere alle necessità della propria clientela messa in difficoltà dalla malattia hanno estremamente velocizzato: **la spesa online**.



Le iniziative

Solidarietà. Il 2020 per Ergon è stato l'anno della solidarietà. La società non è nuova a iniziative solidali: la coesione sociale è da sempre un pilastro della politica aziendale. La pandemia, tuttavia richiedeva di più: era necessario **scendere in campo** e Ergon lo ha fatto a partire dalle **giovani generazioni**, particolarmente colpite dalle limitazioni attuate contro il contagio. Le restrizioni anti-Covid e la chiusura delle scuole hanno infatti costretto molti ragazzi ad abbandonare momentaneamente gli studi perché impossibilitati a seguire le lezioni da casa in quanto sprovvisti dei necessari dispositivi elettronici. È a loro che Ergon ha voluto mostrare la sua vicinanza, **donando 200 computer utili per la didattica a distanza, distribuiti grazie all'aiuto delle Caritas siciliane**, che hanno individuato le famiglie in maggiori difficoltà economiche, i cui ragazzi hanno potuto proseguire gli studi mantenendo i contatti con la classe e i professori, relazioni vitali per il loro benessere in un momento di totale isolamento fisico.

Impossibile dimenticare il senso di totale spaesamento che ha colpito l'Italia intera nelle prime settimane di restrizioni. Fare la spesa, dall'essere una semplice azione quotidiana, quasi automatica, era diventata tutt'altra cosa: si era costretti a uscire in un momento in cui lo stare a casa, al sicuro, era fondamentale per

la limitazione del contagio e per la propria incolumità. **La spesa online con consegna a domicilio** è stata la soluzione sviluppata dalla società per permettere ai propri clienti di acquistare tutto il necessario garantendo la sicurezza. In poche settimane l'azienda è riuscita a rendere operativo un servizio efficiente e di qualità, che ha subito ottenuto – e continua a farlo – un grande apprezzamento da parte dei clienti. Dal sito aziendale si attiva la procedura di acquisto, è rapida e di facile intuizione e accompagna il cliente in **un vero e proprio negozio virtuale**. Un processo avviato inizialmente in alcune zone dell'Isola. L'impegno futuro è di coprire l'intero territorio siciliano e così assicurare a tutti i clienti una spesa di qualità, comodamente da casa.

Infine, per consentire ai numerosi clienti dei punti vendita dislocati in Sicilia di vincere fantastici e numerosi premi, Ergon ha organizzato il concorso a premi **"Soffia e Vinci"** tramite l'**App DesparSicilia**. Il concorso dal claim "Spegni le candeline e scopri subito se hai vinto uno dei premi in palio" ha riscosso un enorme successo, oltre **5.000 utenti** si sono collegati all'app e sono state registrate più di **40.000 giocate**. Un'iniziativa esemplare per premiare i propri clienti festeggiando il 60° Anniversario dell'insegna.



Il Carrello riempilo da Casa!

Fai la spesa su **shop.desparsicilia.it**

Noi la consegniamo e tu paghi a casa
con il **Bancomat** o Carta di Credito.

Disponibile anche il servizio di ritiro presso lo store

VERIFICA SUL NOSTRO SITO I COMUNI IN CUI E' ATTIVO IL SERVIZIO



Fiorino S.r.l.



70.975.354 €

FATTURATO 2020

27

PUNTI VENDITA

14.969 mq

SUPERFICIE DI VENDITA

Il bacino commerciale

Messina e provincia, Catania nord.

Sede sociale

Via Carlo Botta, 3 is. 210 - 98100 Messina
Tel. 090 9384577 - Fax 090 9383396

www.desparmessina.it
despar@fiorino.me.it

Organigramma

Amministratore Unico: Maria Grazia Fiorino

Resp. Commerciale: Maria Grazia Fiorino

Resp. Acquisti: Antonella Campo

Resp. Vendite: Gaetano Coco

Resp. Marketing e Controllo di Gestione:
Maria Grazia Fiorino

Resp. Amministrativo: Giovanni Giliberto

Resp. Logistica e Organizzazione: Antonino Fiorino

Resp. IT: Antonino Fiorino

Tipologia di punti vendita

Canale	N° PDV
Libero Servizio	12
Supermercati	13
Ipermercati	2
Totale	27

Numero e tipologia di punti vendita

Insegna	PDV affiliati	PDV diretti	PDV totali	mq
Despar	15	5	20	6.119
Eurospar	-	5	5	5.200
Interspar	-	2	2	3.650
Totale	15	12	27	14.969

I risultati

Il 2020, è stato un anno positivo per **Despar Messina e Catania**, che ha investito nel **rinnovamento delle filiali** sia dal punto di vista tecnologico che strutturale, al fine di offrire ai clienti un'esperienza di spesa sempre più confortevole e piacevole. Sono state stanziare notevoli risorse per l'adeguamento di tutte le strutture alle direttive nazionali e locali per fronteggiare l'emergenza Covid-19, attraverso la **sanificazione giornaliera degli ambienti**, sia interni che esterni, la **formazione del personale**, con corsi specifici, e l'implementazione del **servizio di spesa a domicilio**. Attività messe in pratica per garantire la sicurezza dei clienti e dei collaboratori delle filiali, ogni giorno in prima linea per fronteggiare la difficile situazione. Nel frattempo, **Despar Messina e Catania** ha lavorato a diversi progetti che porteranno a **nuove aperture nel 2021**.

Le iniziative

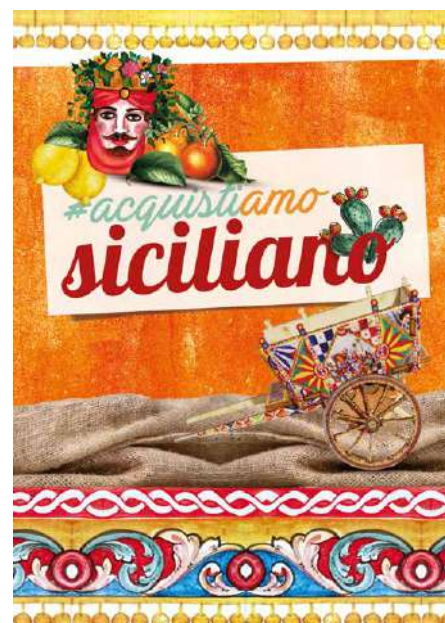
Per tutto il 2020 **Despar Messina e Catania**, è stata una delle realtà che si è impegnata per dare **supporto ai lavoratori** più colpiti dalla pandemia. Per questo ha organizzato con Croce Rossa il progetto **"Aiutiamo Insieme"**. Un'iniziativa nata non solo per raccogliere donazioni alimentari da distribuire alle famiglie in difficoltà, ma soprattutto per sensibilizzare i Clienti sull'emergenza sanitaria e umanitaria che il Covid-19 ha portato con sé. **"Aiutiamo Insieme"**

ha supportato la popolazione per tutto il corso del 2020. L'Azienda, insieme all'Associazione Federfarma, ha inoltre donato a famiglie indigenti più di **800 spese, del valore stimato di oltre 10.000 euro**, consegnate dalla Protezione Civile. Infine, non ha fatto mancare il suo contributo alla sanità Messinese, elargendo **donazioni al Policlinico di Messina** per l'adeguamento della struttura alla nuova emergenza.

Il contributo di **Despar Messina e Catania**, è continuato con il **sostegno concreto al territorio attraverso la valorizzazione delle piccole imprese locali** e la produzione Siciliana. È nata la campagna **#acquistamosiciliano**, un invito ai clienti a sostenere, mediante le proprie scelte di acquisto, le varie produzioni locali. L'iniziativa di sensibilizzazione è stata promossa attraverso la

comunicazione su diversi volantini e mediante i canali social a disposizione.

Infine, ma non per importanza, l'Azienda si è impegnata a sostenere, anche in questo momento difficile, **le associazioni locali no profit che si occupano del sostentamento degli animali abbandonati**, continuando a portare avanti progetti come **"Occorre poco, vali tanto"**. Raccolte alimentari, svoltesi più volte nel corso dell'anno, destinate ad aiutare gli animali meno fortunati, e **#ionontiaffandonno** per la sensibilizzazione contro l'abbandono dei piccoli animali domestici.



Gruppo 3A



165.134.000 €

FATTURATO 2020

139

PUNTI VENDITA

36.770 mq

SUPERFICIE DI VENDITA

Il bacino commerciale

Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta.

Sede sociale

Strada San Bartolomeo, 276/h - 14100 Quarto Inferiore AT
Tel. 0141 492120

www.desparsupermercati.it

Organigramma

Amministratore Delegato: Santo Cannella

Resp. Acquisti: Piero Ballatore

Resp. Vendite/Marketing: Luca Santini

Resp. Amministrativo: Pietro Avveduto

Resp. Controllo di Gestione: Jlenia Guarino

Resp. Logistica: Piero Ciliberti

Resp. IT: Domenico Perotti

Tipologia di punti vendita

Canale	N° PDV
Libero Servizio	120
Supermercati	19
Totale	139

Numero e tipologia di punti vendita

Insegna	PDV affiliati	PDV diretti	PDV totali	mq
Despar	31	8	39	12.140
Despar Express	89	1	90	15.880
Eurospar	6	4	10	8.750
Totale	126	13	139	36.770



I risultati

Durante il suo primo anno di partecipazione al Consorzio Despar Italia, Gruppo 3A ha dimostrato come **vicinanza al territorio e servizi per facilitare la spesa** siano i driver principali per lo sviluppo dei nuovi punti vendita. Quello che accomuna tutti i negozi è la prossimità e l'essere garanzia di servizio. Da sempre i Supermercati Despar Nordovest rappresentano un punto di riferimento per la spesa quotidiana, il luogo dove sentirsi a casa e dove trovare cortesia, freschezza, competenza, consigli sugli acquisti e convenienza.

Nonostante il periodo storico difficile e una crisi pandemica, il Gruppo ha confermato il **legame con le realtà del territorio** e la comunità in cui opera, aprendo **nuovi punti di vendita** e rinnovando la sua rete. **Sette strategiche aperture** hanno rafforzato il presidio del Gruppo nel Nordovest, a cui si affiancano delle importanti ristrutturazioni, che hanno ampliato ed arricchito la customer experience del cliente.

Le iniziative

Gruppo 3A si è impegnato in **progetti a supporto della comunità del territorio**. Con il progetto "Scuolafacendo 4", Despar Nordovest ha scelto di fare una scelta di valore e rimanere al

fianco della scuola. I Supermercati Despar, Eurospar e Despar Express sono stati tra i protagonisti di un'importante iniziativa a **sostegno delle Scuole di Piemonte, Liguria, Valle D'Aosta**. Attraverso il progetto Scuolafacendo i punti vendita aderenti al Gruppo Despar Nordovest hanno distribuito ai propri clienti, in occasione della spesa, dei codici scuola, consentendo così alle Scuole di ricevere gratuitamente attrezzature e materiale didattico.

Il progetto è aperto alle scuole d'infanzia, primarie e secondarie di primo grado, pubbliche e paritarie. L'iniziativa, giunta alla sua quarta edizione, conferma l'intenso legame dei Supermercati Despar con il territorio, promuovendo iniziative a **sostegno della comunità e della cultura**, contribuendo all'educazione dei bambini con

nuove attrezzature e strumenti utili all'insegnamento.

Per fornire ancora maggior supporto alla comunità ed ai clienti il Gruppo ha offerto il proprio **aiuto alle famiglie in difficoltà**, mettendo a disposizione della clientela un carrello in cui era possibile lasciare dei generi di prima necessità. Attraverso delle associazioni di volontariato autorizzate si è provveduto a distribuirli a chi realmente ne ha più bisogno.

Doniamo valore in tutte le sue forme, attraverso la collaborazione con il Banco Alimentare, per aiutare concretamente chi ne ha bisogno e fronteggiare lo spreco alimentare. Infine, la **Card Happy 65** è pensata per gli over 65 e riserva al cliente uno sconto immediato del 10% in alcune giornate dedicate all'iniziativa.



Maiora S.r.l.



880.573.874 €

FATTURATO 2020

511

PUNTI VENDITA

271.104 mq

SUPERFICIE DI VENDITA

Il bacino commerciale

Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Campania e Calabria.

Sede sociale

Via San Magno, 31 70033 Corato (BA)
Tel 080/3720311 - Fax 080/3720312

www.maiora.com - www.despar.com
despar.risponde@maiora.com

Organigramma

Presidente: Pippo Cannillo

Amministratore Delegato: Pippo Cannillo

Direttore Commerciale: Luigi Peschechera

Direttore Amministrazione, Finanza & Controllo: Marco Peschechera

Direttore Logistica & I.T.: Beppe Peschechera

Direttore B.U. Diretti: Gerardo Cignarale

Direttore B.U. Franchising: Francesco Di Nardo

Direttore Acquisti e Marketing: Antimo Cefarelli

Tipologia di punti vendita

Canale	N° PDV
Libero Servizio	297
Supermercati	198
Ipermercati	9
Cash&Carry	7
Totale	511

Numero e tipologia di punti vendita

Insegna	PDV affiliati	PDV diretti	PDV totali	mq
Despar	329	25	354	113.786
Eurospar	26	29	55	46.752
Interspar	1	35	36	70.994
Cash&Carry	-	7	7	20.230
Altro	59	-	59	19.342
Totale	415	96	511	271.104



I risultati

Nel 2020 Maiora ha portato a termine un imponente **piano di sviluppo in Abruzzo**, consolidando il ruolo e il peso della regione in Despar Centro-Sud. Si tratta dei punti vendita a insegna Interspar a Pescara Aeroporto, a Silvi Marina (TE) e a Villanova di Cepagatti (PE) ed Eurospar a Pescara Viale Pindaro. A queste strutture, si aggiunge un nuovo Interspar a Modugno (BA) e i remodelling all'Interspar di Scalea (CS) e al Despar a Lamezia Terme (CZ).

Nasce il **nuovo format Interspar**, studiato in collaborazione con l'Università di Parma. Il format prevede una superficie di oltre 3.500 mq in grado di garantire un ampio assortimento, attento ai localismi e alla freschezza dei prodotti. Una shopping experience rinnovata e moderna, dove spiccano le aree tematiche dedicate al cibo, alle bevande di qualità e al tempo libero. La necessità di innovazione richiesta dall'emergenza pandemica ha dato una spinta decisiva all'ampliamento della piattaforma e-commerce "Desparacasa". In tempi record, sono stati attivati servizi di consegna a domicilio e click&collect in ben 20 piazze, permettendo un **aumento delle vendite online del 25%** rispetto al periodo pre-Covid. Anche il **seguito sui canali social ha vissuto un notevole incremento**: la pagina Facebook Despar Centro-Sud è balzata a circa 190 mila Like (circa +30% rispetto all'anno precedente). Percentuale che arriva al 42% per la pagina Maiora Srl - Despar Centro-Sud. Per quanto riguarda l'account Instagram, è stato raggiunto il traguardo dei 14 mila follower.

Le iniziative

Tra le novità del 2020, ha ottenuto grande risonanza l'evento **"Puliamo il Mondo"**.

Realizzata con Legambiente nel mese di settembre, l'iniziativa ha visto impegnati nella raccolta dei rifiuti da spiagge e zone urbane sia collaboratori che i nostri partner. Una dimostrazione dell'attenzione costante nei confronti dei temi ambientali, che continuerà a essere un elemento cardine nelle strategie aziendali.

Non sono mancati i concorsi social a premi. Più di 15 mila utenti hanno trovato un'occasione di svago, grazie al **Concorso "Che Cliente Despar Sei?"**. Successivamente, con oltre 1,6 milioni di partecipanti, il **Concorso "Goal&Vinci con Despar"** si è rivelato un vero successo. Si è rinnovata la collaborazione con "I Bambini delle Fate", che ha reso possibile la realizzazione di progetti di inclusione sportivo-sociale, rivolti a ragazzi con neurodiversità. Nel periodo natalizio, le tradizionali cene offerte ai più bisognosi si sono trasformate in **"Sacchi della Solidarietà"**. Ogni sacco di juta conteneva prodotti di prima necessità a marchio Despar, consegnati alle Caritas dei Comuni del territorio e donati alle famiglie svantaggiate. Per illuminare le feste, Maiora ha installato le consuete **luminarie**, che contribuiscono al decoro urbano e alla valorizzazione delle città. **"Unicamente Natale"** si è aggiunto alla **collana di ricettari**, curata da chef stellati, che coniuga i sapori tradizionali a ricette gourmet. Infine, è proseguita anche nel 2020 l'operazione **"Salvadanaio Despar"**. La raccolta punti, convertibili in buoni spesa, è stata arricchita dalla short collection in collaborazione con Snips.



SCS Supermercati Consorzianti Sardegna S.c. a r.l.



136.446.000 €

FATTURATO 2020

27

PUNTI VENDITA

15.840 mq

SUPERFICIE DI VENDITA

Il bacino commerciale

Sardegna.

Sede legale

Via Antioco Loru, 15 - 09125 Cagliari (CA)

Sede amministrativa

Via Monte Gran Sasso, 60 - 09047 Selargius (CA)
Tel. 070 800820 - Fax 070 8008206

Organigramma

Presidente CDA: Gesuino Fenu

Amm. Delegato: Fabrizio Colombo

Resp. Acquisti: Corrado Zedda

Resp. Amministrativo: Massimo Contini

Resp. Marketing: Sandro Balbina

Resp. IT: Andrea Lai

www.desparsardegna.it

info@scsardegna.it

Tipologia di punti vendita

Canale	N° PDV
Libero Servizio	12
Supermercati	15
Totale	27

Numero e tipologia di punti vendita

Insegna	PDV affiliati	PDV diretti	PDV totali	mq
Despar	3	16	19	9.772
Eurospar	-	8	8	6.068
Totale	3	24	27	15.840



I risultati

Il gruppo SCS ha concluso positivamente il 2020, la **presenza sul territorio** e la **prossimità dei punti vendita** rimane uno dei maggiori punti di forza della Società, aspetto che permette il contatto diretto e la familiarità con il cliente.

Questo permette di affiancare il cliente nella scelta dei prodotti migliori, meglio se legati alla sua Terra di origine.

Le iniziative

Nel 2020 è aumentata la **promozione dei prodotti a Marchio Despar**, azione che ha permesso di far conoscere al cliente il favorevole **rapporto qualità/prezzo** e la varietà dell'**assortimento MDD**.

La **short collection** e le periodiche **self liquidating** sono state utilizzate come iniziative mirate a tenere vivo e saldo il **legame con il cliente**. La short "Coccole con Stile", istituita in collaborazione con Zucchi, marchio di grande risonanza che ha permesso di ottenere importanti risultati, ne è un esempio.

Altre importanti iniziative sono state quelle in self liquidating, tutte legate dalla scelta di offrire **prodotti di prima qualità**, collezionabili con l'aggiunta di

piccoli contributi.

Ci sono state tre principali iniziative: dal 28 maggio al 24 giugno è stata proposta una linea di coltelli firmati Egan; dal 9 luglio al 5 agosto è stato il momento dei bicchieri Diamond firmati Bormioli; dal 6 agosto al 13 settembre le posate Easy Life, made in Italy e dal design moderno ed estivo.

Infine, il 2020 si è aperto con l'obiettivo di ridurre la plastica quanto più possibile all'interno di ciascun punto vendita, questo impegno si è concretizzato con l'eliminazione dei vassoi in plastica nei reparti ortofrutta e gastronomia

e la sostituzione con contenitori di cartone.

Per SCS questo è stato un traguardo importante, sostenuto dalle campagne social e dai volantini cartacei; a questo proposito è stato notevolmente incrementato l'**assortimento di piatti e stoviglie in materiali compostabili, biodegradabili ed interamente riciclabili**.

L'anno di pandemia è stato inevitabilmente differente, ma la società ha fatto in modo che questo non incidesse in maniera particolarmente impattante sul ventaglio di iniziative proposte.

un passo concreto per salvaguardare il nostro futuro



nei nostri reparti di ortofrutta e di salumeria abbiamo sostituito quasi interamente l'utilizzo della plastica, con vassoi in carta e vaschette compostabili

L'Alco Grandi Magazzini S.p.a.



108.676.106 €

FATTURATO 2020

36

PUNTI VENDITA

65.370 mq

SUPERFICIE DI VENDITA

Il bacino commerciale

Province di Brescia, Bergamo, Pavia, Lodi, Cremona, Varese, Milano, Monza e Brianza.

Sede sociale

Via I Maggio, 36 - 25038 Rovato (BS)
Tel. 030 7723500

www.grandespar.it

lalco1@lalco.it

Organigramma

Presidente: Giuseppe Conter

Amm. Delegato: Giuseppe Conter

Dir. Generale: Annamaria Conter

Resp. Commerciale: Luisa Conter

Resp. Acquisti: Giuseppe Conter

Resp. Vendite: Emilio Lattuada

Resp. Marketing: Giuseppe Calò

Resp. Finanziario e Contr.Gestione: Giovanni Spinella

Resp. Amministrativo: Lorena Barucco

Resp. Logistica e Organizzazione: Stefano Gatti

Resp. IT: Riccardo Guerini

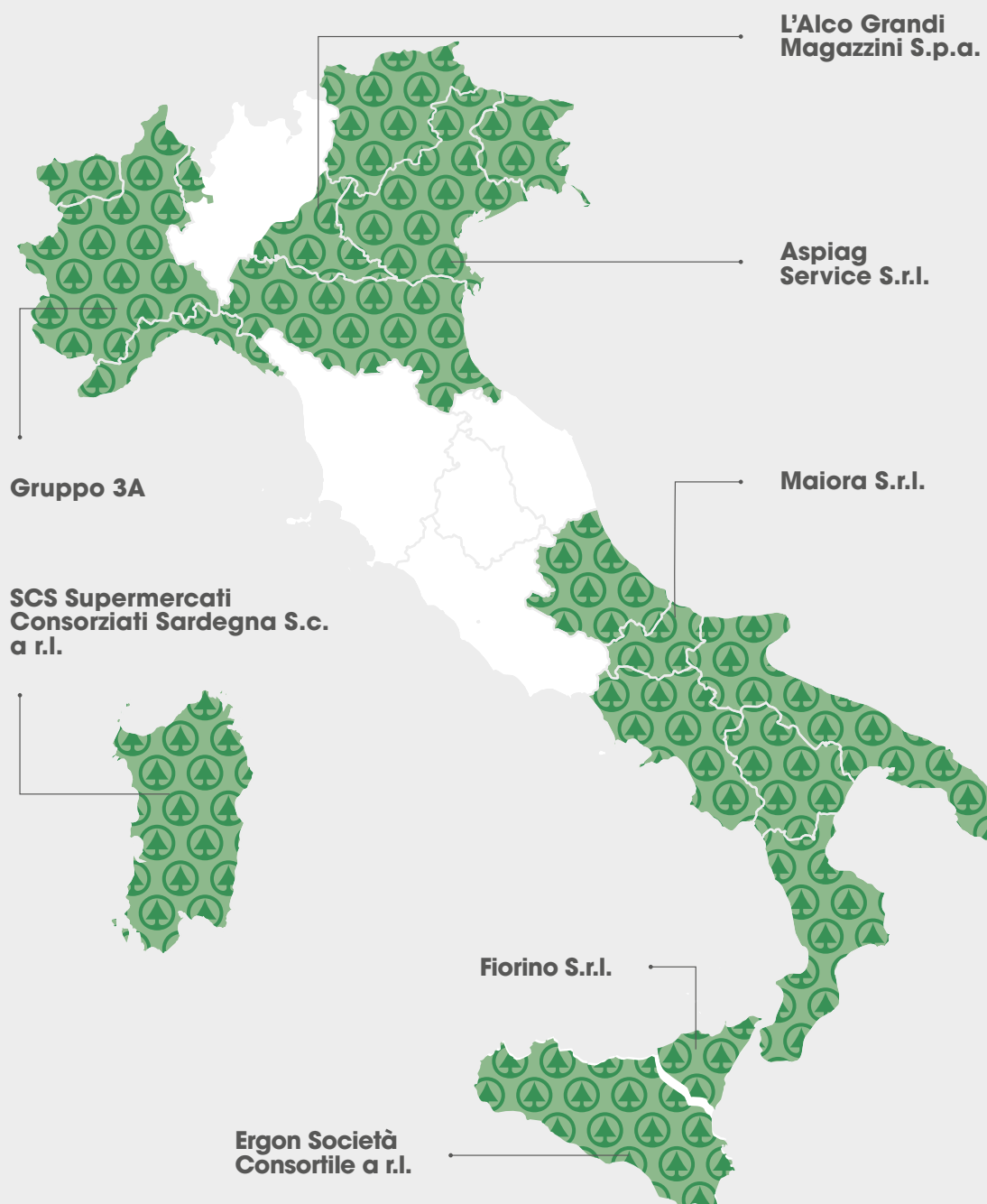
Tipologia di punti vendita

Canale	N° PDV
Libero Servizio	-
Supermercati	25
Ipermercati	3
Cash&Carry	8
Totale	36

Numero e tipologia di punti vendita

Insegna	PDV affiliati	PDV diretti	PDV totali	mq
Despar	-	17	17	9.830
Eurospar	-	8	8	7.550
Interspar	-	3	3	8.360
Altasfera	-	8	8	39.630
Totale	-	36	36	65.370

Le società del Consorzio



Progetto e coordinamento generale

Despar Italia Consorzio a r.l.
info@desparitalia.it
www.desparitalia.it

Progetto grafico

AD 010 Srl
via San Marco, 9/M - 35129 Padova
T. 049 8071966
www.ad010.com - info@ad010.com

Stampa

Tailor Made Cube
Viale del Lavoro, 14 - 35020 Ponte San Nicolò
www.tailormadecube.it

© Copyright 2020:**Despar Italia Consorzio a r.l.**

Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte dell'opera può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo, sia elettronico, meccanico, fotografico o altro, senza il preventivo consenso scritto da parte del proprietario del copyright.

Finito di stampare nel mese di **aprile 2021**

Despar Italia Consorzio a r.l.

Via Cristoni, 82
40033 Casalecchio di Reno (BO)
T. +39 051 6118020
info@desparitalia.it
www.desparitalia.it