POLITICHE E STRATEGIE

GDO

I piani di Maiora

di **Paola Piovesana**

Negli ultimi 15 anni il **Gruppo Cannillo**, di cui Maiora è l'anima più identitaria, ha spinto sull'acceleratore e ha costruito un ecosistema di realtà che gravitano attorno al core business dell'azienda con Cedi, servizi logistici, immobiliare, creando valore per il contesto con servizi, offerta e occupazione.

Strategia e sinergie locali

Nata nel 2012 dall'accordo tra **Ipa Sud Spa** e **Cannillo Srl** e con sede a Corato (BA), Maiora ha un raggio di azione dal Lazio alla Puglia con 580 punti vendita al dettaglio (tra gestione diretta e in franchising) a insegna **Despar**, **Despar Express**, **Eurospar**, **Interspar** e 16 cash & carry **Altasfera**.

Approfondisci
GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

La struttura è solida ma agile, ha come pilastri l'innovazione, la certificazione dei processi, l'efficienza energetica e un clima lavorativo attrattivo, per rendere il punto vendita il vero cuore dell'attività firmata Maiora, riconoscibile e paradigmatico, con un'offerta completa ma declinata sul locale.

La matrice tradizionale ha tracciato il solco, il management nel tempo si è strutturato e ha dato vita a un modello forse unico, che ha saputo superare la dimensione familiare e familistica del business locale cambiando veste al momento giusto.

Nessun protagonismo ma, anzi, la strategia delle sinergie locali per affrontare le sfide di un mercato che oggi va verso le concentrazioni, e che impone di giocare d'anticipo.

«Non un contratto di rete reversibile, ma una vera aggregazione di intenti – spiega **Pippo Cannillo**, Amministratore delegato di Maiora –. Ormai a livello europeo le concentrazioni prevalgono per dimensioni aziendali. L'Italia è a distanza ma testimonia di aver colto la suggestione. È figlia delle centrali tradizionali che hanno permesso a operatori locali di crescere, ma oggi non basta più. Non si tratta solo di competitività sugli acquisti, ma di saper competere su investimenti, tecnologia, competenze, e per investire servono le dimensioni».

Prodotti freschi, da forno e gastronomia

Maiora per il pubblico è prima di tutto il supermercato, e qui si gioca la sfida quotidiana. I prodotti freschi insieme al know-how maturato sul campo nella gestione di reti di vendita sono stati la chiave per affermarsi con un modello unico, l'integrazione della filiera e un ampliamento dell'offerta sui freschi, con prodotti da forno e gastronomia che rispettano le richieste locali.

Il ristoretail è l'ulteriore evoluzione che sta interessando varie insegne e che richiede investimenti rilevanti tra centri cottura, personale, spazi e struttura.

E se i freschi e il servito sono oggi le leve su cui giocarsi la sfida della distintività, ecco che i centri lavorazione e cottura per pane e semilavorati della gastronomia (per le carni se ne parlerà in futuro) diventano per Maiora lo step per crescere in chiave dimensionale e di offerta.



Pippo Cannillo, Amministratore delegato Maiora

«Oggi la Gdo deve saper competere su investimenti, tecnologia, competenze, e, per tutto questo servono le giuste dimensioni»

«Solo per il pane ne abbiamo 2 ma ne faremo altri 3 entro il 2028, strutture più piccole che sanno meglio interpretare l'approccio artigianale e per ottimizzare la logistica».

La produzione spazia poi al biscotto secco, al dolce fresco, ai pronti, con un know-how consolidato ora da replicare in scala. L'organizzazione conta 35 persone ma richiede risorse, formazione, competenze, spazi e standardizzazione dei processi, per garantire la replicabilità per gusto e ricetta.

Il riordino dello scaffale è automatizzato. «L'algoritmo oggi è davvero affidabile, l'attuale tecnologia tiene conto delle tante variabili a noi utili e a costi inferiori. Lo abbiamo sviluppato internamente insieme a **Liuc Castellanza**, ci racconta al meglio (al di là dell'Ebitda dei bilanci) perché segue le nostre logiche».

Anche la squadra si è evoluta in nome di agilità, sperimentazione e diversificazione: il modello oggi conta su 6 team verticali – uno per le produzioni e 5 per il commerciale – con tutte le competenze per selezione, cate-

I NUMERI DI MAIORA

Oltre **3.000** collaboratori

580 punti di vendita (tra gestione diretta e franchising)

In **7** regioni d'Italia

4 le insegne:
- Despar **297** pdv
- Despar Express **110** pdv
- Eurospar **62** pdv
- Interspar **43** pdv

16 Cash & Carry Altasfera

967.348.585 euro il valore della produzione 2025

13.101.803 euro gli utili dell'ultimo esercizio

Fonte: dati aziendali

Largo Consumo

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

POLITICHE E STRATEGIE

GDO

gory, analisi, pricing, buyer, ordinatori, planogramma, acquisti, gestendo la filiera fino allo scaffale.

Il formato del Pdv è versatile, e la proposta express di nuova generazione è già un successo: «Solo 40 mq con prodotti tipici, snack, tante bevande e prodotti da ristoro in un luogo strategico dedicato al viaggio cogliendo i trend».

Investimenti e crescita

Logistica, tecnologia, espansione della rete distributiva: gli investimenti in Maiora si concentrano su efficienza e produttività.

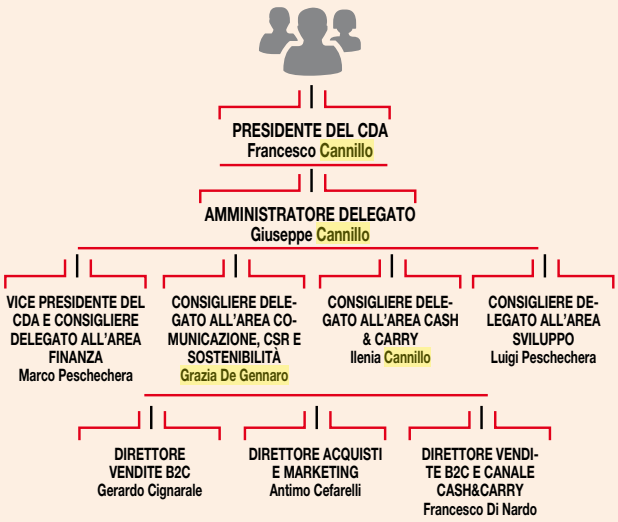
Il piano industriale prevede entro il 2028 2 milioni di euro per panifici e cucina e altri entro il 2030 per i centri cottura, ma la logistica è il fulcro: «È il processo, quello che ti fa davvero il fatturato. Serve saperla gestire a modo o avere chi lo fa per te, secondo un modello efficiente e con una pianificazione precisa».

Non a caso **Gruppo Horizon** di trasporti e **Fastlog** di logistica – aziende con circa 500 persone – sono nate anni orsono per risolvere le esigenze del gruppo, aprendosi di recente anche a terzi, come fornitori di servizi. «Funziona. Serve essere certificati su tutto per garantire standard e trasparenza, ma aiuta a crescere, permette di parametrarsi, ambire a migliorarsi, impedisce di adagiarsi».

La società di gestione **Assioma** cura il patrimonio della holding ma è anche un partner per terzi.







In portafoglio oggi ci sono anche dei centri commerciali: 4 gallerie di proprietà (Cilento, Modugno, Andria, Matera) più alcuni immobili stand alone. «La parola d'ordine è rilancio, diversificando la proposta, calandola nel singolo contesto, rispettandone le peculiarità dimensionali ma anche della comunità che vi converge. Non andiamo per taglia o temi, ma valutiamo lo spread tra investimento e rendita». Un'azienda che coglie le opportunità, come l'acquisto con un altro player del centro commerciale Mongolfiera di Andria, dove Maiora peraltro non è presente. «Era in forte crisi come quello di Modugno, anch'esso oggi in forte rilancio».

People management al centro

Il lavoro al Sud è tema complesso, da conoscere. Maiora, che è società benefit – occupa oltre 2.900 persone e vuole essere attrattiva per talenti e giovani, che «non hanno fame di lavoro come un tempo. Cercano aziende stimolanti, dinamiche, che diano opportunità di crescita, ma anche molti benefit dallo smart working (che noi non diamo) al work life balance. Noi garantiamo responsabilità e credibilità, per generare valore condiviso».

Molta attenzione è rivolta a inclusione, meritocrazia, rispetto delle diversità e pari opportunità, con vari riconoscimenti e certificazioni all'attivo: Top employer da 4 anni, Parità di genere ed Equal salary (prima azienda della Gdo e prima al Sud).

Importanti gli investimenti in formazione: nel 2025 sono state erogate oltre 30.000 ore con oltre 2.000 partecipanti. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA