

## Despar Italia, nuove aperture e restyling trainano i ricavi

LINK: <https://www.gdoweeek.it/despar-italia-nuove-aperture-e-restyling-trainano-i-ricavi/>



**Despar** Italia, nuove aperture e restyling trainano i ricavi Roberto Pacifico A sostenere la crescita di **Despar** Italia spiccano due motori potenti: lo sviluppo della rete fisica diretta e affiliata (nuove aperture: 102 punti di vendita, e restyling: 30 negozi) e la spinta generata dal prodotto a marchio che ha raggiunto una quota importante, 24,3% nel 2025 (**Despar** è tra le prime cinque insegne per quota di mercato nella private label). Il fatturato messo a segno dalle 6 imprese che operano con il marchio **Despar** ha raggiunto 4,6 miliardi di euro, +3,3% rispetto al 2024. La quota di mercato complessiva (3,6% sul totale Italia) colloca **Despar** al settimo posto della gdo italiana, e al sesto c o n s i d e r a n d o l'aggiornamento di febbraio 2026 (fonte: Nielsen GNLC). Il network **Despar** ha raggiunto un totale di 1.382 negozi (422 diretti e 960 affiliati) per una superficie complessiva di

vendita pari a 810.968 mq. Per il 2026 **Despar** Italia prevede investimenti di 55,4 milioni da parte delle sei società consorziate, destinati all'espansione e all'ammodernamento della rete: 36 aperture e 45 ristrutturazioni. A questo si affianca un costante lavoro di sviluppo sull'offerta a marchio, con l'obiettivo di renderla sempre più ampia e completa, arricchendo ulteriormente la piramide di prodotti che oggi copre già tutti i segmenti di consumo, dall'entry level fino al premium. "Il 2025 è stato per noi un anno p a r t i c o l a r m e n t e significativo, in cui abbiamo celebrato i 65 anni di presenza in Italia, un traguardo che testimonia la solidità della nostra storia e la reputazione costruita nel tempo insieme ai nostri soci e ai territori -commenta Fabrizio Colombo, Presidente di **Despar** Italia-. In questo percorso abbiamo continuato a crescere in modo condiviso, rafforzando la nostra presenza a livello

nazionale e valorizzando le specificità locali, elemento distintivo del nostro modello. È proprio in questa capacità di coniugare identità territoriale e visione comune che risiede la forza dell'Insegna. Guardando al futuro, continueremo a muoverci lungo le direttrici che da sempre ci guidano: attenzione al cliente, impegno quotidiano, creazione di valore e crescita sostenibile". "Il 2025 è stato un anno di crescita solida, trainata dall'accelerazione della rete e dal rafforzamento della nostra marca del distributore -aggiunge Filippo Fabbri, direttore generale di **Despar** Italia-. L'importante impulso dato alle aperture e ai restyling di punti di vendita ha contribuito in modo significativo ai risultati raggiunti, ampliando la nostra presenza sui territori e migliorando l'esperienza d'acquisto. Uno sviluppo che continueremo a implementare grazie ai significativi investimenti che

prevediamo, insieme ai nostri soci, per il 2026. Parallelamente, la nostra Mdd ha continuato nel percorso di crescita solido e costante che abbiamo registrato in modo costante negli anni e che intendiamo proseguire anche nel 2026 con l'obiettivo di un incremento del fatturato Mdd di almeno il 4,5%. Per l'anno in corso prevediamo circa 180 nuovi lanci e oltre 400 restyling, con focus sui segmenti specializzati e premium, oltre che sulla linea convenienza. Vogliamo offrire ai clienti un assortimento completo e coerente: la parte principale del mercato restano i prodotti mainstream a marchio **Despar**, ma la costruzione di una vera e propria piramide dal premium all'entry level rappresenta un vantaggio competitivo decisivo. In questo modo possiamo rispondere a bisogni di consumo sempre più diversificati e consolidare ulteriormente le nostre prospettive di crescita." I risultati 2025 Il 65% dei ricavi (4,64 miliardi euro, +3,3% rispetto al 2024) arriva dai punti di vendita diretti, il 35% dalla rete affiliata. Il 34% dei ricavi di gruppo è prodotto dai punti vendita a insegna **Despar**, il format di supermercato di prossimità con superfici fino a 800 mq, e che è anche il format **Despar** che cresce di

più (+4,3% nel corso del 2025), a conferma di come la prossimità rappresenti un punto distintivo dell'insegna. Il 39% viene dagli **Eurospar**, supermercati di media dimensione (800-2.000 mq), mentre gli **Interspar** (punti di vendita oltre i 2.000 mq) hanno generato il 27%. Il ruolo dell'affiliazione Le nuove aperture hanno interessato tutti i format: 46 **Despar Express**, punti vendita compatti per la spesa quotidiana in contesti urbani, turistici o nei piccoli comuni; 49 **Despar**, format di prossimità con assortimento ampio e forte legame con il territorio; 5 **Eurospar**, per una spesa completa e funzionale; e 2 **Interspar**, store di grande dimensione con servizi evoluti e valorizzazione delle filiere locali. I punti di vendita in affiliazione danno una forte spinta allo sviluppo: oggi sono 750 gli imprenditori affiliati al marchio dell'Abete con 960 punti di vendita in gestione sul territorio nazionale che nel 2025 hanno generato un fatturato al pubblico di 1,6 miliardi di euro. Nel 2025 la rete affiliata si è allargata con l'apertura di 94 nuovi negozi e la ristrutturazione di altri 20. Un risultato reso possibile sia dal rafforzamento di partnership consolidate, sia dall'ingresso di 76 nuovi

imprenditori. Prodotto a marchio: **Despar** nella Top 5 italiana La quota della mdd in **Despar** Italia è superiore alla media del mercato Mdd in Italia che si è attestata al 23,1% (fonte NielsenIQ, I+S dicembre 2025). Un risultato che colloca **Despar** tra le prime cinque realtà in Italia per quota di mercato nella private label. Le vendite dei prodotti a marchio **Despar** hanno superato 1,1 miliardi di euro, +4,6%. Performance positive anche sul fronte dei volumi: le vendite a confezione hanno raggiunto una quota del 27,4% a fine 2025, in aumento di 0,6 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (fonte: NielsenIQ, I+S+LS). La penetrazione della Mdd **Despar** sul totale acquirenti è pari all'83,2%. La percentuale aumenta fino al 90,6% considerando i clienti che hanno fatto la spesa almeno quattro volte nell'anno nei supermercati dell'insegna (fonte: Panel Consumer Nielsen IQ, 2025). Una delle novità è l'estensione della linea convenienza S-Budget a tutta la rete vendita **Despar** sul territorio nazionale. Oltre alle aree gestite dal socio **Despar Nord**, dove questa linea è storicamente presente, essendo stata introdotta inizialmente proprio in queste aree e

successivamente estesa all'intera rete (e dove continua a detenere il peso maggiore), risultano particolarmente positivi anche i risultati conseguiti nel Centro e nel Sud Italia. Le private label **Despar** coprono tutti i segmenti, dall'entry level al premium. Nel 2025 l'offerta è stata ampliata con circa 180 nuovi prodotti e il restyling di oltre 420 referenze che hanno portato alla realizzazione di un assortimento Mdd di circa 4.200 referenze, sviluppate con oltre 500 fornitori, per il 97% italiani. Oltre alle performance positive di S-Budget, entrata a regime nel 2025, particolarmente brillanti i risultati dei freschissimi con Passo dopo Passo, la linea di filiera **Despar** che include ortofrutta, carne e pesce, e ha segnato una crescita del +24,2%, con un +30,8% nell'ortofrutta. (fonte NielsenIQ I+S dicembre 2025).