

# La rilettura degli ipermercati ex Auchan: l'ultima apertura di Despar Maiora a Modugno

Di **Dott. Andrea Meneghini** - 26 Ottobre 2020



Auchan ha lasciato l'Italia dopo aver venduto a Conad tutta la sua rete vendite, ipermercati e supermercati. La cooperativa bolognese, a sua volta, si è proposta sul mercato, con l'azienda deputata alla gestione dei punti di vendita,

Margherita Distribuzione, e con il supporto di una nota società di consulenza, offrendo i negozi che uscivano dal loro interesse strategico e, a sorpresa, l'interesse del resto del mercato, ovvero dei suoi concorrenti diretti, è stato generalizzato e positivo.

Già questa è una notizia: chi avrebbe mai pensato che **l'azienda acquirente, dopo aver realizzato il suo processo di scelta, avrebbe trovato così ampio consenso sul mercato dai propri concorrenti per l'acquisizione di quelli da loro ritenuti non idonei?**

Sembra che il prezzo di cessione di questi negozi, in verità, sia stato a prezzo di saldo, com'è giusto che sia, fattore che ha contribuito con decisione ad un ampio interesse.

D'altro canto **un retailer organizzato che vuole ampliare la propria rete di negozi il problema delle nuove aperture se lo deve porre** e le soluzioni non sono tante in un mercato saturo: **acquisire negozi dalla concorrenza** che, normalmente, sono già dotati di tutte le attrezzature, soprattutto quelle necessarie alle lavorazioni dei freschi oppure **costruire da zero**, ovvero prendere in affitto oppure comprare un capannone che abbia tutti i requisiti, con conseguente investimento per i vari adattamenti, con conseguente ed inevitabile piano di ammortamento che determina la costruzione del business plan con relativi ricavi.

L'ex Auchan di Modugno, oggi **Interspar**, è un punto vendita che con i francesi era in perdita, i costi di realizzazione (e quindi di ammortamento e svalutazione) erano stati ingenti, ma ingenti erano anche i costi del personale e dei servizi; da qui la necessità di realizzare alti ricavi, che mai sono arrivati.

Il gruppo Despar Maiora ha inteso opportuno acquisire da Margherita Distribuzione questo punto vendita che, in effetti, **per ubicazione si può considerare cittadino**, e che, come nota acutamente **Pippo Cannillo, Ad del gruppo** *"Dall'entrata del centro commerciale all'entrata dell'area vendita il percorso è brevissimo, sembra più un superstore che un ipermercato"*, ed ha ragione.

Il punto vendita è stato realizzato sul perimetro pensato da Auchan, con dimensioni rilevanti, non in linea con quelle a cui il gruppo pugliese normalmente si rivolge, però oggettivamente l'adattamento che è stato realizzato ha una certa logica.

L'entrata vede protagoniste **le attività promozionali sui freschi** e sul perimetro di sinistra l'apertura è caratterizzata dal reparto pane che, a seguire, introduce l'ortofrutta.

La scelta era obbligata e forse un poco originale, ma il layout che percorre il lato trova una sequenza lineare con ortofrutta, pesce e salumeria, sino ad arrivare alle carni che chiude l'estremità sinistra.



In pratica *la partita dell'emotività*, generata nel consumatore normalmente dai reparti freschi, quelli che più di tutti sanno esprimere localismi e tradizione, si gioca nella parte iniziale del negozio.



L'oggettiva difficoltà è, però, determinata dagli ampi spazi di vendita a cui, giustamente, è stato praticamente sottratto il reparto no food che in passato ne occupava una buona parte. Il perimetro non è quadrato, bensì rettangolare e si sviluppa in verticale, pertanto con il solo food le scelte da realizzare non sono state così scontate.