



COMUNICATO STAMPA

Il Gruppo Finiper Canova festeggia i suoi 50 anni con il miglior risultato di sempre

Dopo questi primi 50 anni di evoluzione continua, il Gruppo proietta questo successo nel futuro, lavorando allo sviluppo di tutti canali di mercato esistenti e mantenendo l'apertura verso la possibilità di crearne di nuovi.

Milano, 15 maggio 2024 - Finiper Canova, lo storico Gruppo della GDO italiana che a oggi conta più di 10.000 dipendenti, chiude il 2023 superando i **3 miliardi di fatturato**, con oltre **200 milioni di EBITDA**: risultati mai raggiunti prima da festeggiare insieme ai suoi 50 anni di attività.

Una storia iniziata nel 1974 con una scommessa, la nascita degli ipermercati in Italia con Iper La grande i: grandi superfici, inedite per il tempo, con l'introduzione di laboratori a vista e produzioni proprie come in un mercato. Un'idea del fondatore **Marco Brunelli**, ancora operativo, che ha dato al Gruppo una visione imprenditoriale chiara e innovativa, **essere non solo distributori ma anche produttori**. Grazie a questa visione, le produzioni Iper infatti, fatte in ogni punto vendita, davanti alla clientela, sono diventate ben presto il fiore all'occhiello dell'azienda. Inoltre, per mantenere sempre alta la qualità dell'offerta, Iper ha promosso la nascita di una Scuola dei Mestieri interna, dove gli specialisti si confrontano e i giovani imparano nuove ricette attraverso un programma di formazione continua.

L'investimento sui giovani è una priorità del Gruppo Finiper Canova, con la consapevolezza che sono loro a rendere possibile la continuità e il miglioramento. In questa prospettiva, il Gruppo ha abbassato l'età media del personale, favorendo un percorso di ricambio generazionale che passa attraverso l'integrazione tra le persone che domani gestiranno l'azienda e i colleghi più esperti, impegnati nella loro formazione.

Dal 1974 il Gruppo ha continuato a crescere e ha superato i confini tradizionali della grande distribuzione organizzata grazie a un'intuizione imprenditoriale che, seguendo l'evolversi delle abitudini di consumo dei clienti, ha permesso a Finiper Canova di affermarsi, ad oggi, con formati diversi dall'ipermercato ma complementari.

Il primo passo in questo senso è stato l'acquisizione strategica della catena **Unes**, finalizzata a completare l'offerta e soddisfare le esigenze di consumatori che richiedono un'esperienza d'acquisto più immediata e di prossimità rispetto a quella offerta dagli Ipermercati. Una catena centrale per il Gruppo, tanto che, per via dei risultati non soddisfacenti degli ultimi anni, è stata decisa una profonda ristrutturazione con lo scopo di rilanciare questo brand; un percorso che naturalmente necessita di tempo per essere portato a compimento, ma che è strategico per rafforzare il concetto di vicinanza alle persone.

La costante ricerca della qualità e di una proposta interessante per la clientela ha portato alla nascita di etichette di successo come **il Viaggiator Goloso**, che rappresenta un caso



unico nella GDO in Italia: in poco tempo è diventato un brand iconico, di riferimento per l'eccellenza enogastronomica italiana.

Il Viaggiator Goloso è ormai un asset strategico e un punto di forza del Gruppo, che intende mantenere e rafforzare gli investimenti nel futuro.

Il Gruppo Finiper ha portato ad un nuovo livello anche il concetto di centro commerciale; ha riscritto le regole dell'esperienza di shopping proponendo una nuova esperienza di spesa, all'interno di un vero e proprio luogo di incontro che anche in questo caso supera i confini della canonica galleria commerciale: la creazione di **Piazza Portello**, situato all'aperto e in pieno centro città, e **IL CENTRO** di Arese inaugurato nel 2016 che, con i suoi 200 negozi immersi in un'architettura moderna e innovativa, si distingue come uno dei più grandi shopping mall d'Europa e ha registrato 20 milioni di visite nel 2023. Il progetto di Arese, inoltre, è tutt'altro che terminato: ci sarà uno sviluppo molto importante per circa 1 milione di mq che valorizzerà ulteriormente l'area anche attraverso l'ingresso di realtà innovative per quanto riguarda lo shopping.

All'interno di queste realtà, Il Gruppo ha riconfigurato anche l'approccio alla ristorazione, in risposta all'evoluzione dei consumatori sempre più attenti al rapporto qualità-prezzo e all'esperienza gustativa. Iper si è evoluto in modo da non essere più soltanto ipermercato, ma anche ristorazione vera e propria, che esce dai confini delle aree di somministrazione all'interno del punto vendita per esplorare nuove avventure culinarie, a partire dai **sei ristoranti con servizio al tavolo firmati Iper La grande i**, basati su concept diversi, eleganti e innovativi, per arrivare a format differenti come **Caffè Portello, Rom'Antica, Cremamore**, e continuare a sperimentare nuove idee come il Ristò nella sua veste totalmente rinnovata e servita.

*“Siamo orgogliosi di quanto abbiamo conseguito nel 2023 - commenta **Christophe Mosca, Direttore Generale Gruppo Finiper Canova** - un anno di consolidamento e di cambiamenti positivi che hanno posto le basi per una visione che trascende il singolo brand e diventa una visione sempre più di Gruppo, abbracciando tutte le anime commerciali al suo interno. Guardiamo avanti con l'impegno di valorizzare ogni aspetto del Gruppo, sviluppando non solo le realtà già esistenti ma anche valutando nuovi formati che rispondano alle mutevoli esigenze del mercato.”*

In linea con questa visione, il Gruppo ha deciso di uscire da Federdistribuzione, nonostante l'ottimo rapporto di collaborazione con l'Associazione e con Carlo Buttarelli, che si ringrazia per il costante supporto. Questa decisione è stata presa perché il Gruppo ritiene che, in una fase di trasformazione organizzativa, una posizione di autonomia rispetto a tutte le associazioni imprenditoriali di settore sia più funzionale al raggiungimento dei propri obiettivi.

Una visione che si riflette anche nel lancio del nuovo sito istituzionale di **Gruppo Finiper Canova**, progettato per rifletterne al meglio l'identità e le ambizioni, mettendo in evidenza la sua autonomia e la capacità di adattarsi sempre alle esigenze del mercato. Un passo che conferma l'impegno del Gruppo a rafforzare la propria presenza nel mercato attraverso canali propri e distintivi.

Per informazioni:

Image Building: E-Mail: finiper@imagebuilding.it | Tel: +39 02 89011300