



CONTACT

International



06

Un'estate di sport con la
partecipazione dei clienti ➤

10

L'espansione dell'insegna
SPAR in Cina ➤

18

Campionati europei di
atletica leggera 2024 ➤

BURRO DI ARACHIDI SPAR

Molto di più di un'ottima soluzione per la colazione.



Siamo lieti di reintrodurre il burro di arachidi SPAR con un nuovo design e una ricetta migliorata per soddisfare i requisiti di qualità richiesti dai clienti SPAR.

Cremoso e croccante, il nostro burro di arachidi ora contiene l'85% di arachidi: un alimento naturale dal gusto deciso, ideale sia per colazione che per merenda.

Ma non è tutto: il nuovo packaging distintivo aiuta il prodotto a spiccare sugli scaffali e a catturare lo sguardo dei consumatori.

PER INFORMAZIONI, RIVOLGERSI A: UFFICIO ACQUISTI DI SPAR INTERNATIONAL, AMSTERDAM, PRODUCT@SPAR-INTERNATIONAL.COM



"Siamo felici dei traguardi raggiunti in tutta la rete di vendita SPAR nel 2024. Voglio ringraziare i colleghi per il lavoro svolto con dedizione quest'anno e spero di rivedere di nuovo questi risultati anche il prossimo anno."

Tobias Wasmuht, Direttore generale, SPAR International

In tutta la rete di vendita SPAR, il marchio SPAR ha continuato a registrare ottimi risultati nonostante le tante difficoltà che hanno caratterizzato il 2024. Con lo sguardo rivolto al 2025 e al futuro, nell'ultimo numero di Contact International di quest'anno ripercorriamo i successi ottenuti nel corso dell'anno che sta terminando.

Nel 2024, SPAR Austria ha celebrato i 70 anni di esercizio da quando iniziò a operare sotto l'insegna SPAR nel 1954. L'azienda si è diffusa capillarmente e ha aperto 1556 punti vendita con insegna SPAR in Austria e nei mercati dei cinque Paesi confinanti. Ci congratuliamo con tutte le persone che hanno contribuito al successo di SPAR Austria.

Quest'estate abbiamo vissuto una vera e propria 'Estate di sport', con gli Europei di calcio in Germania e i Giochi olimpici a Parigi. Le organizzazioni SPAR nazionali hanno colto questa opportunità per creare campagne promozionali innovative e coinvolgenti al fine di attrarre clienti.

Inoltre, le organizzazioni SPAR nazionali si impegnano concretamente per far riconoscere i diritti delle donne nello sport attraverso partnership volte a conquistare la totale emancipazione delle atlete in tutto il mondo. Daremo poi spazio alle iniziative intraprese dalle organizzazioni SPAR nazionali per rafforzare la presenza femminile nello sport, promuovendo uno stile di vita sano e creando opportunità per le generazioni future.

SPAR International collabora intensamente con le organizzazioni SPAR nazionali per creare punti vendita di nuova concezione e offrire un'esperienza d'acquisto più gradevole. In questo numero, vedremo alcuni degli straordinari negozi e i nuovi concept store nella nostra rete di vendita. Ad esempio in Cina, la presenza del marchio SPAR continua crescere diffondendosi in tutto il Paese grazie all'apertura di punti vendita e alle ristrutturazioni, ma anche grazie all'ottimizzazione della catena di approvvigionamento a livello nazionale.

In conclusione, parleremo di alcuni importanti eventi nell'agenda di SPAR, tra cui la SPAR Connected Retail Conference 2024, che si è tenuta a Gran Canaria, e la SPAR Supply Chain Conference 2024 che si è tenuta in Norvegia.

- 04 [Profilo di SPAR Austria >](#)
- 06 [Un'estate di sport con la partecipazione dei clienti >](#)
- 09 [L'esperienza di SPAR International nello store design >](#)
- 10 [L'espansione dell'insegna SPAR in Cina >](#)
- 12 [SPAR nazionali promuove la partecipazione delle donne nello sport >](#)
- 14 [Il programma SPAR Challenger Brand sostiene il plant-based >](#)
- 17 [SPAR Connected Retail Conference 2024 >](#)
- 18 [Campionati europei di atletica leggera 2024 >](#)
- 20 [SPAR: notizie dal mondo >](#)

SPAR 
better together

Fotografie di copertina: una selezione di immagini della rete SPAR. © Tutti i diritti sono riservati. Senza la previa autorizzazione di SPAR International questa pubblicazione non può essere riprodotta, nemmeno parzialmente. SPAR International, Rokin 99/101, 1012 KM Amsterdam, Paesi Bassi: www.spar-international.com

Quest'anno, [SPAR Austria celebra il 70° anniversario](#) dalla sua fondazione nel 1954. In questi 70 anni, l'azienda si è diffusa capillarmente e ha aperto 1556 punti vendita con insegna SPAR in Austria e nei mercati collegati dei cinque Paesi confinanti.

PROFILO DI SPAR AUSTRIA

Informazioni su SPAR Austria

SPAR Austria venne fondata nel 1954 dal grossista Hans F. Reisch e 100 dettaglianti nel Tirolo. Da allora, SPAR Austria è cambiata in modo significativo trasformandosi in una società commerciale operativa nella GDO, nella vendita di articoli sportivi e nelle attività con i centri commerciali. Oggi, SPAR Austria è ancora un'azienda a conduzione familiare e leader di mercato a livello nazionale.

Superficie di vendita in crescita

I negozi SPAR sono 1556, con una superficie di vendita media di circa 800 m². Oltre 1000 punti vendita operano come supermercati SPAR, mentre i restanti hanno altri format, come INTERSPAR, EUROSPAR, SPAR Gourmet e SPAR Express. I punti vendita vengono costantemente ristrutturati e rinnovati attraverso l'ampliamento degli spazi di vendita e degli assortimenti. Non mancano le più recenti innovazioni come [l'etichettatura elettronica](#) e la popolarissima [app SPAR Austria per i consumatori](#), che al momento conta 2,5 milioni di utenti.

Il gruppo SPAR Austria

Nel 2023, [il gruppo SPAR Austria](#) ha registrato un fatturato di oltre 20 Mrd € in tutte le divisioni aziendali, dove lavorano 93.500 persone, di cui 52.000 circa in Austria. Il gruppo è operativo anche nell'Italia settentrionale, in Ungheria, in Slovenia e in Croazia con 1479 punti vendita, per un fatturato totale di 7,80 Mrd € e 40.000 persone impiegate nelle attività di vendita all'ingrosso e al dettaglio.

Il gruppo investe continuamente nel futuro dell'azienda finanziando ogni anno progetti in diversi ambiti, tra cui la digitalizzazione, l'espansione, la logistica e la sostenibilità. In Austria, il [centro logistico di Graz](#) ha riaperto lo scorso settembre dopo circa due anni di cantiere e un investimento di 51 Mio €. L'area adibita alla logistica è stata ampliata del 40% e sono stati aggiunti 12.000 nuovi posti pallet, la metà dei quali si trova in un magazzino autoportante. Si tratta della quinta fase di espansione della struttura al fine di soddisfare la crescente domanda di prodotti e garantire il continuo approvvigionamento dei supermercati in Stiria e nel Burgenland del sud dove fanno la spesa 1,4 milioni di persone.



Benessere e crescita professionale dei dipendenti

Essendo una azienda 100% a conduzione familiare, SPAR Austria ha a cuore i bisogni di chi deve badare a una famiglia. L'equilibrio tra lavoro e vita privata è infatti garantito da orari di lavoro flessibili, promozione attiva del congedo parentale, corsi di approfondimento, programmi formativi e misure di prevenzione sanitaria.

SPAR Austria è il principale datore di lavoro e formatore di apprendisti dell'Austria. Con oltre 2500 tirocinanti e 24 posizioni diverse disponibili, l'azienda offre numerose opportunità di carriera, e sono molti i dipendenti che cambiano ruolo nel corso del loro percorso professionale, una cosa che viene incoraggiata anche da SPAR Austria.

La [SPAR Academy di Vienna](#) fornisce una metodologia formativa unica. Gli stagisti non soltanto ricevono una buona formazione, ma hanno anche la possibilità di fare carriera all'interno dell'azienda. La SPAR Academy combina i programmi standard delle scuole professionali con innovativi training, ad esempio per diventare FAIRTRADE Ambassador, Green Champion ed

esperto di formaggi e salumi, pensati in modo specifico per il settore agroalimentare. Di recente, la SPAR Austria Academy di Vienna ha ricevuto il certificato ["Ambassador School of the European Parliament"](#).

Per celebrare il 70° anniversario dell'azienda, SPAR Austria ha concesso ai suoi dipendenti in Austria un [giorno extra di ferie](#) quest'anno. Poiché il benessere dei lavoratori è una priorità, l'azienda riconosce che avere dipendenti soddisfatti è cruciale per il successo commerciale.

"Insieme celebriamo i 70 anni di SPAR Austria. Una storia di successo che ci ha fatti diventare l'azienda familiare n.1 nella GDO austriaca. Questo ci rende orgogliosi e, soprattutto, molto grati. Ringraziamo in modo particolare tutti i nostri dipendenti. Senza di loro, il gruppo SPAR Austria non sarebbe potuto diventare quello che è: un'azienda apprezzata e di successo," - Hans K. Reisch, CEO di SPAR Austria.



L'estate del 2024 è stata segnata da grandi manifestazioni sportive, come gli Europei di calcio in Germania e i Giochi olimpici che si sono tenuti a Parigi. Per vivere questa estate di sport, le organizzazioni SPAR nazionali hanno promosso emozionanti competizioni per attrarre i consumatori.

UN'ESTATE DI SPORT CON LA PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI

La campagna Win With Every Goal

I campionati europei di calcio sono uno degli eventi più importanti nel mondo del calcio e alcune dei giocatori più famosi al mondo hanno rappresentato le rispettive nazioni partecipando a questa edizione dell'europeo che si è tenuta in Germania quest'estate.

James Hall & Co. Ltd e CJ Lang & Son Ltd, grossisti di SPAR Regno Unito, hanno eliminato le rivalità tra Inghilterra e Scozia, entrambe qualificate, per collaborare alla [campagna Win With Every Goal](#), che ha visto la partecipazione di 80.000 clienti SPAR e l'assegnazione di oltre 1,1 milione di premi immediati. A due anni dalla prima volta che fu proposto da James Hall & Co. Ltd ai mondiali del 2022, questa innovativa formula è stata estesa alla Scozia per questa edizione. A questa particolare campagna hanno partecipato oltre 750 supermercati SPAR della Scozia e dell'Inghilterra settentrionale, per un montepremi che ha superato le 700.000 sterline.

Per giocare, i clienti SPAR dovevano andare su [everygoal.co.uk](#), registrarsi e far girare una ruota virtuale che assegnava loro una squadra a caso.

Dopodiché dovevano scegliere se ricevere un premio immediato ad ogni goal segnato o subito, e riscattare i loro premi presso un punto vendita SPAR che aderiva all'iniziativa. I consumatori hanno inoltre potuto giocare a un gratta e vinci virtuale, che offriva la possibilità di vincere uno dei mille premi in palio.

Oltre a un 1,1 milione di premi immediati assegnati, comprese le candidature per i superpremi, sono stati giocati anche 880.000 gratta e vinci, per un totale di una giocata ogni 3,8 secondi. Tutte le candidature valide partecipavano all'estrazione di un premio di 200 sterline in palio per un fortunato cliente dell'Inghilterra settentrionale e per un altro della Scozia, cosa che faceva crescere l'entusiasmo giorno dopo giorno. I clienti potevano anche candidarsi per concorrere a vincere il superpremio da 10.000 sterline messo in palio per un cliente dell'Inghilterra settentrionale e un cliente della Scozia. I voucher riscattati sono stati il 22% in tutte le categorie, il che equivale a 20 punti percentuali in più rispetto alla media del settore in relazione all'utilizzo di coupon cartacei.

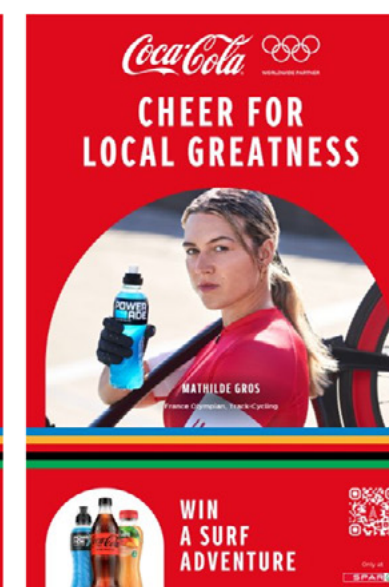
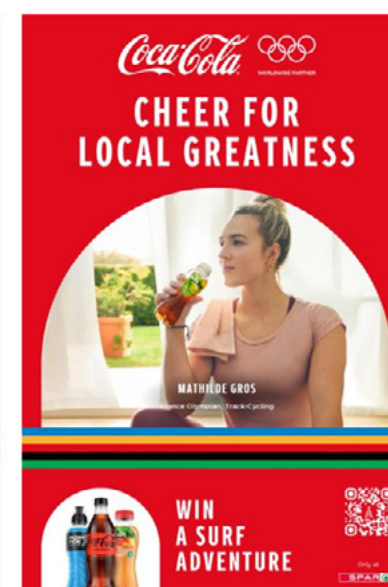


Promozione globale di Coca-Cola nei negozi SPAR

I Giochi olimpici, una delle competizioni sportive più prestigiose al mondo, si sono svolti a Parigi l'estate scorsa. Con 206 nazioni partecipanti e oltre 50 sport praticati, le Olimpiadi sono uno degli eventi sportivi più seguiti in tutto il mondo, e offrono pertanto un'opportunità unica per aumentare la fiducia e la fedeltà dei consumatori. I marchi SPAR e Coca-Cola sono sinonimo di sport e atletismo. Per questo motivo, Coca-Cola ha scelto di lanciare la sua campagna di attivazione globale per le Olimpiadi di Parigi del 2024 presso i punti vendita SPAR.

Con l'acquisto di due o più prodotti Coca-Cola idonei presso supermercati SPAR aderenti e la scansione del codice QR alla cassa, i clienti potevano caricare lo scontrino per concorrere a vincere un premio immediato e premi più consistenti. I premi andavano dai buoni sconto all'abbonamento in palestra e alle gift card, ma anche un viaggio a Tahiti per visitare le sedi in cui si sono svolte le gare di surf delle Olimpiadi di Parigi 2024 e per prendere lezioni di surf.

Nel complesso, la campagna di Coca-Cola per i Giochi olimpici è stata attiva con apporti diversi nei mercati SPAR di Regno Unito, Paesi Bassi, Slovenia, Svizzera, Italia, Sudafrica e Cina. La campagna è stata condotta sui canali online attraverso il riscatto di codici QR e l'attivazione dei consumatori grazie ai molteplici touchpoint dentro e fuori i punti vendita, come manifesti, visibilità sugli scaffali e display di segnaletica digitale. Dai primi risultati della campagna globale è emerso un incremento nelle vendite di prodotti Coca-Cola in tutti i supermercati SPAR, per un fatturato quasi due volte superiore a quello registrato nel Regno Unito e in Slovenia.



SPRUCY LUCY

Una birra nel segno dell'abete.
Una birra che profuma di bosco.

SPAR International annuncia il lancio di Sprucy Lucy in collaborazione con BrewDog.

Una West Coast Session Pale da 4,5% rivisitata in chiave moderna, prodotta con ben sette luppoli diversi che conferiscono note di bosco e un sapore inconfondibile.



LA SOMMINISTRAZIONE DI BEVANDE ALCOLICHE È VIETATA AI MINORI DI 18 ANNI.
BERE RESPONSABILMENTE. NON BERE BEVANDE ALCOLICHE DURANTE LA GRAVIDANZA.

Le organizzazioni SPAR nazionali ricorrono alla grande esperienza di SPAR International nella progettazione di supermercati di varie dimensioni e format per sviluppare soluzioni e punti vendita di alto profilo che possano migliorare l'esperienza d'acquisto dei consumatori.

L'ESPERIENZA DI SPAR INTERNATIONAL NELLO STORE DESIGN

Store design internazionali

SPAR International e SPAR Irlanda hanno collaborato a un rinnovamento strategico del marchio EUROSPAR, che ha portato all'apertura del supermercato [EUROSPAR Dunboyne](#), punto vendita di alta qualità progettato secondo il nuovo concept EUROSPAR. Questa nuova disposizione degli spazi consente ai clienti di spostarsi facilmente tra i reparti grazie a corridoi più ampi e segnaletica più chiara. In tutto il supermercato è inoltre evidente il focus sui prodotti freschi e sul cibo da asporto, elemento centrale della strategia EUROSPAR. Il nuovo format EUROSPAR ha a cuore anche la sostenibilità, motivo per cui sono state adottate tecnologie in grado di ridurre le emissioni di CO₂, tra cui l'utilizzo di sistemi di refrigerazione a basso consumo, impianti fotovoltaici e materiali riciclati.

La collaborazione tra SPAR International e SPAR Shandong in Cina ha portato all'apertura di un nuovo punto vendita di alto profilo: il [Supermercato SPAR Jiajiayue Chaoji Heshenghui](#). Con una superficie di vendita di 4000 m², il supermercato è stato ideato con un design moderno e innovativo: gli ampi corridoi, le isole espositive, le varie tipologie di scaffalature e gli accattivanti espositori sono messi in risalto da particolari combinazioni di luci e colori. Il mix tra cultura gastronomica cinese e prodotti occidentali di alta qualità offre ai consumatori una nuova esperienza d'acquisto.

Soluzioni di food service innovative

SPAR International collabora inoltre con le organizzazioni SPAR nazionali allo sviluppo di soluzioni di ristorazione ad hoc. Lo [SPAR Foodclub](#) è stato istituito da SPAR Paesi Bassi con il supporto di SPAR International. Lo SPAR FoodClub offre ampia varietà di scelta per chi vuole mangiare bene in qualsiasi momento della giornata: colazioni e pranzi, spuntini veloci o cene, vasta selezione di prodotti freschi e gustosi come panini farciti in modo sfizioso, i sandwich di The Tosti Club, piatti di pasta e gustose ricette realizzate con il wok.

A fine 2023, SPAR International ha lanciato la sua propria soluzione di food-to-go sotto il marchio [SPAR ENJOY](#), un marchio che ha rivoluzionato il settore del food service proponendo ai clienti un'ampia scelta di piatti sani preparati con ingredienti freschi, ideali per ogni momento del giorno. La selezione proposta alle organizzazioni SPAR nazionali comprende piatti a base di carne, pasti vegetariani e vegani, serviti nei box in cartoncino, nelle scodelle o in un wrap e realizzati in negozio da personale preparato. Sugli scaffali, i clienti possono inoltre trovare una vasta scelta di piatti caldi e freddi pronti per l'asporto.



L'insegna SPAR è stata introdotta nel mercato cinese nel 2004 dopo che venne accordata la licenza di operare nella provincia dello Shandong. Ora ci sono due soci che favoriscono la diffusione dell'insegna SPAR in tutto il Paese.

LO SVILUPPO DEL MARCHIO SPAR IN CINA

SPAR Shandong e SPAR Guangdong

In Cina, l'insegna SPAR è gestita da due concessionarie, SPAR Shandong (filiale della holding Jiajiayue) che opera nel Nord del Paese, e SPAR Guangdong (filiale di Guangdong Jiarong Supermarket Co Ltd) che opera nel Sud del Paese. SPAR Shandong gestisce 1000 punti vendita, di cui oltre il 230 operano sotto l'insegna SPAR in 60 città. SPAR Guangdong ha invece più di 130 punti vendita SPAR situati in 10 città della provincia di Guangdong.

In totale, sono 340 gli esercizi SPAR operativi a livello nazionale, prevalentemente nel format di vendita dell'ipermercato. SPAR Cina ha totalizzato un fatturato di oltre 1 Mrd € nel 2023 a tassi di cambio costanti. SPAR Cina è stata riconosciuta come una delle 25 migliori catene di supermercati sia del Nord che del Sud del Paese dalla CCFA.

Creare un'esperienza d'acquisto migliore

Il successo del marchio SPAR in Cina è stato possibile grazie al processo continuo di sviluppo e ammodernamento dei punti vendita. Questi supermercati offrono un'esperienza d'acquisto straordinaria e diventano un punto di riferimento per la spesa dei consumatori che cercano un'ampia

scelta di prodotti di qualità locali e internazionali a prezzi convenienti, con frutta e verdura fresca, piatti pronti per l'asporto, generi alimentari di base, articoli per la salute e la bellezza, bevande alcoliche e prodotti per la casa.

I punti vendita SPAR sono stati progettati in tutto il Paese sulla base delle linee guida fornite da SPAR International, con ampi corridoi, reparti dedicati a prodotti specifici e una perfetta combinazione di luci e colori. Sono state inoltre utilizzate diverse tecnologie in negozio, come le casse fai da te automatizzate, l'etichettatura elettronica, schermi digitali e bilance di ultima generazione. In alcune località è anche possibile richiedere online la consegna della spesa a domicilio.

A inizio anno, SPAR Shandong ha aperto l'ipermercato SPAR 'Hops On' a Pechino, di [cui parliamo più approfonditamente qui](#). Lo store concept 'Hops On', sviluppato in collaborazione con SPAR International, presenta un design moderno e innovativo che è stato implementato in tutti i punti vendita nuovi e ristrutturati di Pechino e dello Shandong.



A Sud, SPAR Guangdong ha ristrutturato diversi negozi negli ultimi 12 mesi, accrescendo così la presenza dell'insegna SPAR e definendo nuovi standard qualitativi nella regione. Questi nuovi supermercati hanno reso più gradevole l'esperienza d'acquisto grazie all'introduzione di nuovi concept, il miglioramento delle offerte e l'ampliamento degli assortimenti. SPAR Guangdong è stata infatti premiata dal governo cinese per l'alta qualità dei prodotti e dei servizi offerti alla collettività.

La crescita attraverso la catena distributiva

L'espansione del marchio SPAR in Cina non sarebbe stata possibile senza la creazione di una catena distributiva solida, in grado di rifornire prontamente i punti vendita con i prodotti più freschi sul mercato. Dal 2008, SPAR Shandong ha creato un punto di snodo logistico nella parte settentrionale del Paese con 16 magazzini che inviano frutta e verdura, prodotti refrigerati e surgelati, e un'ampia gamma di generi alimentari e snack in sei regioni: Shandong, Pechino, Hebei, Mongolia interna, Anhui, Jiangsu.

La freschezza è la priorità assoluta di SPAR Shandong, che gestisce 6 cucine centrali e vari impianti di produzione alimentare che riforniscono i supermercati con prodotti freschissimi e di altissima qualità. L'approvvigionamento è gestito oculatamente lungo tutta la catena logistica integrata con il supporto di una filiera locale forte che garantisce la massima qualità dei prodotti.

Nel Sud, SPAR Guangdong ha un magazzino centrale e diversi impianti di produzione a Dongguan. L'azienda si impegna a collaborare direttamente con gli agricoltori locali per approvvigionarsi di frutta e verdura di altissima qualità, che viene consegnata ogni giorno nei punti vendita delle province di Guangdong, Dongguan, Mao Ming, Meizhou, Shaoguan. Le consegne di generi alimentari, prodotti refrigerati e surgelati vengono coordinate attraverso il magazzino di Dongguan in modo da massimizzare la disponibilità sugli scaffali e ridurre al minimo i costi di esercizio da utente a utente.



SPAR si impegna concretamente per far riconoscere i diritti delle donne nello sport attraverso partnership e iniziative volte a conquistare la totale emancipazione delle atlete in tutto il mondo. Dal Sudafrica all'Inghilterra, il supporto delle organizzazioni SPAR ha contribuito in modo significativo al rafforzamento della presenza femminile nello sport, promuovendo uno stile di vita sano e creando opportunità per le generazioni future.

SPAR PROMUOVE LA PARTECIPAZIONE DELLE DONNE NELLO SPORT

L'emancipazione passa attraverso la partecipazione

SPAR Gran Canaria continua a organizzare [eventi sportivi a livello locale](#), rinnovando la sua partnership di lunga data con la squadra di calcio femminile CD Femarguín e sottolineando l'importanza di includere le donne nello sport. Attraverso queste iniziative, SPAR Gran Canaria aiuta le atlete a eccellere sul campo e promuove uno stile di vita sano che riflette la filosofia dell'insegna SPAR, diffondendo in tutte le Canarie un incoraggiante messaggio di cultura sportiva e benessere.

SPAR Sudafrica si impegna intensamente per i diritti delle donne nello sport fornendo il proprio supporto in diverse discipline, come ad esempio la [10 km del Grand Prix SPAR](#) di Città del Capo, che nel 2024 ha visto la partecipazione di oltre 14.000 persone e la vittoria di Glenrose Xaba. La sponsorizzazione di SPAR Sudafrica è stata fondamentale per il sostegno dell'atletica femminile, un impegno riconosciuto anche da Athletics South Africa.

Inoltre, **SPAR Sudafrica** ha di recente [rinnovato la sponsorizzazione di Netball South Africa \(NSA\)](#) fino al 2027, per un totale di 24 anni, la più lunga sponsorizzazione di un campionato a squadre in Sudafrica. Oltre all'atletica e al netball, SPAR Sudafrica sponsorizza anche l'hockey femminile, finanziando le SPAR KZN Raiders, campionesse uscenti dello [SPAR South African Indoor Hockey Interprovincial Tournament](#) del 2024. Questo profondo impegno dimostra la dedizione di SPAR per la valorizzazione dei talenti femminili e lo sviluppo di una cultura dell'eccellenza nello sport femminile in tutta la nazione.

L'emancipazione attraverso modelli di ruolo
SPAR Irlanda ha fatto grandi progressi nella promozione dello sport femminile collaborando con la [campionessa olimpica di box Kellie Harrington](#) e la [velocista Rhasidat Adeleke](#). Il coinvolgimento di Harrington nella competizione Stay in the Game di SPAR Irlanda ha aiutato 279 club a tenere viva la passione per lo sport di molte giovani adolescenti. I club vincenti riceveranno un premio di 2000 €



e avranno accesso a un importante workshop. Harrington vuole infondere fiducia ed entusiasmo tra le giovani atlete che praticano sport. Adeleke è stata un faro di ispirazione durante i Campionati europei di atletica leggera e i Giochi olimpici del 2024. Con l'aiuto di SPAR Irlanda, ha esemplificato l'importanza del supporto per vincere nell'atletica, rafforzando ulteriormente l'impegno di SPAR Irlanda a sviluppare nuovi talenti.

SPAR Scozia ha svolto un ruolo cruciale nella promozione dello sport femminile, scegliendo come figura centrale [Eilidh Doyle](#), blasonata atleta scozzese che è diventata ambasciatrice delle iniziative di SPAR Scozia per l'inclusione sociale. Quest'anno, insieme a SPAR Scozia, Doyle ha sostenuto i Campionati mondiali di atletica leggera indoor di Glasgow, promuovendo uno stile di vita sano tra la comunità. La presena di Doyle come modello di riferimento continua a ispirare le future generazioni delle giovani atlete scozzesi.

Analogamente, nel Lancashire, James Hall & Co. Ltd, grossista di **SPAR Regno Unito**, ha infuso entusiasmo tra le donne collaborando con [Holly Bradshaw](#), medaglia di bronzo olimpica, che agli SPAR Lancashire School Games 2023-24 tenutisi nel centro di distribuzione di James Hall & Co. Ltd's di Preston, ha portato 55 alunni di nove distretti del Lancashire. Condividendo la sua esperienza dai giochi scolastici ai giochi olimpici, Bradshaw ha lasciato un segno indelebile nel cuore degli studenti, mettendo in risalto l'importanza della determinazione nello sport. La sua preparazione per le Olimpiadi di Parigi è servita come ispirazione per le giovani atlete e ha anche dimostrato l'impegno di SPAR Regno Unito per l'inclusione delle donne nello sport.

Con queste iniziative, le organizzazioni SPAR nazionali non solo supportano lo sport femminile, ma avviano un processo virtuoso di empowerment attraverso cui le atlete individuano i modelli di riferimento di cui hanno bisogno per avere successo nella vita e nello sport.



Il programma SPAR Challenger Brand sostiene il plant-based

Cresce il mercato del plant-based

Negli ultimi anni sono sempre di più i consumatori che ricercano alimenti di origine vegetale, così i supermercati si sono attrezzati per rispondere a questa tendenza di mercato.

Da una ricerca paneuropea dello Smart Protein Project*, condotta per la seconda volta nel 2023 in 20 mercati, è emerso che il 45% degli europei sono vegetariani, vegani o flexitari. Dopo gli onnivori, i flexitari sono di fatto il gruppo di consumatori più grande. In generale, in Europa, i consumatori stanno riducendo il consumo di alimenti di origine animale. Ad esempio, quelli che mangiano meno carne sono il 51%, mentre erano il 46% nel 2021. Questo ha portato a un incremento dei prodotti plant-based in tutta Europa, determinato anche da questioni relative a salute, ambiente e benessere animale, tra le altre cose.

I consumatori mostrano inoltre un crescente interesse nei confronti dei sostituti della carne, del pesce e dei latticini realizzati a partire da vegetali. In Europa, le bevande vegetali sono l'alternativa preferita al latte e vengono consumate almeno una volta la settimana dal 36% dei consumatori. E sta aumentando anche la richiesta di dolci, spuntini e salumi di origine vegetale.

Ci sono forti probabilità che la richiesta di prodotti plant-based cresca ulteriormente nell'agroalimentare, soprattutto in Europa. Questo nuovo comportamento dei consumatori non solo rappresenta un'opportunità di crescita per i produttori di alimenti plant-based, ma spinge anche i supermercati ad ampliare gli assortimenti per adattarsi.

*www.smartproteinproject.eu

Il programma SPAR Challenger Brand promuove l'innovazione del plant-based

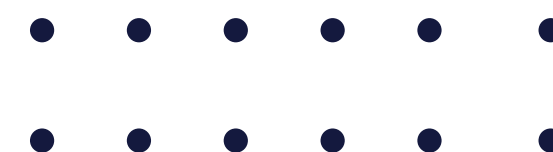
In linea con lo spirito della strategia SPAR Better Together, il programma SPAR Challenger Brand consente a SPAR International di collaborare attivamente con i Challenger Brand, ovvero i marchi di tendenza che vendono meglio dei loro competitor e allargano la loro quota di mercato grazie allo sviluppo di prodotti innovativi e a tecniche di marketing efficaci. SPAR International offre a 48 mercati SPAR l'opportunità di creare differenziazione e accrescere l'offerta in negozio con questi Challenger Brands.

Tramite il programma SPAR Challenger Brand, i marchi plant-based vengono supportati nel loro processo di crescita



e penetrazione di nuovi mercati, finendo sugli scaffali dei punti vendita SPAR. Tra questi marchi figurano Oatly, affermata azienda che produce bevande a base di avena, e Love Raw e Vita Coco, marchi B Corp che stanno conquistando i mercati SPAR grazie a questo programma.

Introducendo questi innovativi marchi plant-based nei mercati SPAR e nella nostra rete logistica, SPAR International aiuta i nuovi marchi di qualità a entrare in nuove regioni e a crescere al di fuori dei confini nazionali.





RETAIL AUTOMATION

Self-service scales with Object Recognition software

Minimize sales losses from false recordings in self-service and offer your customers a contemporary, convenient shopping experience. The Bizerba RetailApp Object Recognition allows automatic identification of products placed on the self-service scale with AI-based object recognition.

Camera images from all globally connected scales are automatically collected and stored securely in the Bizerba Cloud. With the integrated Bizerba Services, the AI based data model is centrally further developed and trained by analyzing these images. On this basis,

automatic article number mapping takes place. Your benefits: No long teaching times for your assortment and quick implementation of the solution. As a result, the system learns from weighing processes in many different supermarkets every single day and provides increasingly reliable results.

From day 1, you benefit from a global database and high recognition accuracy. Even new products in your assortment are recognized directly thanks to the data model. Thanks to globally collected data, the hit rate increases with each application.

Bizerba Self Service scales with Object Recognition software and ancillary retail solutions were introduced to a number of SPAR independent retailers in the Low-veld region of South Africa.

Some standout advantages over previous systems used are

- ✓ faster processing of customer orders
- ✓ added customer convenience
- ✓ better in-store experience

For the retailers, benefits extend with

- ✓ centrally organized price and items updates
- ✓ the ability to run multiple label formats with the same printer incl. modern linerless labels
- ✓ and overall, higher stock accuracy and better in-store efficiencies.

This integration shows a commitment among these independent retailers to add customer value by driving innovation and digitisation. Shape your future. Discover Bizerba Object Recognition.

BIZERBA

bizerba.com



Learn more about Object Recognition

Quest'anno, la SPAR Supply Chain Conference si è tenuta a Oslo, in Norvegia, su invito di ASKO e SPAR Norvegia. I delegati di tutta la rete di vendita SPAR e di diverse funzioni si sono riuniti per discutere di tematiche pertinenti alla catena distributiva.

SPAR SUPPLY CHAIN CONFERENCE 2024

Gli ultimi sviluppi

Durante la conferenza, 27 oratori di organizzazioni SPAR nazionali e aziende fornitrici hanno parlato ai delegati presenti fisicamente e a quelli che seguivano l'evento online. Incentrata sulla catena logistica integrata, la conferenza ha illustrato gli ultimi sviluppi nel settore e in tutta la rete di vendita SPAR in ambiti quali digitalizzazione, strategia, catena logistica sostenibile, ottimizzazione della catena distributiva e automazione.

Gli oratori hanno spiegato il modo in cui le loro attività hanno dovuto far fronte alle sfide del settore come pressioni inflazionistiche, problemi a livello di traffico in entrata specialmente dai fornitori principali, carenza di personale, interruzioni dell'approvvigionamento per mancanza di materiali, condizioni ambientali avverse e conflitti internazionali. I delegati hanno ascoltato i loro colleghi delle organizzazioni SPAR nazionali mentre raccontavano le loro esperienze, fornendo spunti utili per tutti gli operatori della rete SPAR.

Le presentazioni hanno fatto emergere l'importanza di investire nello sviluppo delle risorse umane e una maggiore necessità di collaborazione all'interno della rete logistica. Inoltre, prestare attenzione all'impatto socioambientale delle attività logistiche integrate è ora diventato fondamentale per il successo aziendale. Si è parlato di quanto sia importante la digitalizzazione e di come migliorare i risultati e il processo decisionale analizzando i dati in tempo reale. Questi approfondimenti possono aiutare le aziende a sviluppare una catena

distributiva più agile e resiliente, capace di adattarsi alle nuove esigenze e tendenze di mercato.

La visita al magazzino di ASKO Oslo Fjord

Nell'ambito della SPAR Supply Chain Conference, i delegati hanno fatto visita al centro di distribuzione AKSO Oslo Fjord e all'ASKO Maritime Project per seguire gli ultimi sviluppi a livello di logistica e trasporti promossi in Norvegia da ASKO.

Il centro di distribuzione ASKO Oslo Fjord è un centro logistico all'avanguardia, con sistemi automatizzati, che copre un'area di 35.000 m² e misura 30 metri in altezza. Il centro di distribuzione è completamente automatico, sia nella sezione dei surgelati che nella sezione degli alimenti a temperatura ambiente, e rifornisce oltre 300 punti vendita. Il centro di distribuzione soddisfa i più alti standard di sostenibilità e ha ottenuto la certificazione "Breeam Outstanding", uno standard internazionale usato per classificare gli edifici in termini di sostenibilità ed efficienza energetica.

L'ASKO Maritime Project è un metodo innovativo che supporta il trasporto di merci a zero emissioni su tutto il fiordo di Oslo. Per la prima volta, due navi elettriche senza equipaggio hanno trasportato merci attraverso il fiordo, eliminando la necessità di percorrere centinaia di migliaia di chilometri ogni anno e promuovendo una soluzione logistica sostenibile e innovativa.



La SPAR Connected Retail Conference 2024 ha riunito le organizzazioni SPAR nazionali a Gran Canaria per collaborare a nuovi progetti, condividere le migliori prassi in diversi ambiti e premiare i dettaglianti SPAR per i risultati straordinari.

SPAR CONNECTED RETAIL CONFERENCE 2024

Apprendere da tutta la rete di vendita

Circa 100 delegati si sono riuniti online e di persona per scambiare conoscenze con i colleghi della rete di vendita SPAR, affrontando tematiche di economia digitale, marketing, IT, e-commerce e design. I delegati sono stati accolti da Tobias Wasmuht, CEO di SPAR International, per poi ascoltare l'intervento di Dunia Pérez García, CEO di SPAR Gran Canaria.

Nel corso della SPAR Connected Retail Conference 2024 ci sono state 23 presentazioni, 3 oratori ospiti e un workshop interattivo su argomenti come l'importanza dei retail media, il comportamento dei consumatori, l'utilizzo di dati per massimizzare le vendite e il miglioramento dell'esperienza d'acquisto, così come di nuove tecnologie e innovazioni per i punti vendita. Le concessionarie SPAR hanno avuto la possibilità di illustrare i loro progressi e le loro innovazioni, fornendo informazioni preziose per i colleghi.

Parallelamente, i delegati impegnati sul fronte della sostenibilità hanno partecipato a una riunione su importanti temi di questo ambito, tra cui processi di rendicontazione della sostenibilità, tracciabilità e trasparenza nella catena distributiva, e la raccolta di dati. Insieme, il gruppo ha discusso delle dure sfide che si presentano lungo il percorso verso il

“Net Zero”, della conformità della rendicontazione di sostenibilità, e delle migliori prassi condivise.

Riconoscere i successi nella rete di vendita SPAR

Durante la conferenza sono stati consegnati i premi per celebrare le innovazioni e gli sviluppi introdotti dalle concessionarie SPAR in diverse unità operative.

Il premio Marketing Campaign è stato vinto da SPAR Ungheria per l'utilizzo della gamification nelle sue campagne di marketing, a cui hanno partecipato circa 200.000 utenti. SPAR Irlanda si è aggiudicata il premio Digital Marketing Excellence per la sua social media strategy basata su più piattaforme, ma anche per aver creato campagne efficaci e contenuti per diversi dettaglianti SPAR.

SPAR Paesi Bassi ha ricevuto il premio Marketing Innovation per la sua [soluzione di retail media](#). SPAR Gran Canaria ha ottenuto il premio E-Commerce Innovation and Excellence per lo sviluppo di servizi di e-commerce da utente a utente e l'avvio di collaborazioni online/offline.

Henderson Group, grossista di SPAR Irlanda del Nord, ha vinto il premio Innovative Store Design. L'azienda si è distinta nella progettazione di nuovi



spazi di vendita in diversi format, come l'urban retail concept del supermercato SPAR nella Queens University di Belfast, il supermercato SPAR Mallusk incentrato sulle soluzioni take-away e l'EUROSPAR Downpatrick con le sue tecnologie che migliorano l'efficienza operativa e l'esperienza d'acquisto.

CJ Lang & Son Ltd, grossista di SPAR Scozia ha invece ritirato il premio Retail IT Excellence per l'introduzione di etichette con prezzatura elettronica e comunicazione a scaffale, che migliorano sia l'esperienza d'acquisto che le operazioni di negozio.

La presentazione di SPAR Gran Canaria

La conferenza ha offerto a SPAR Gran Canaria l'opportunità di presentare le proprie operazioni ai delegati SPAR arrivati da tutto il mondo. Fondata nel 1986, SPAR Gran Canaria ora conta 196 negozi con insegna SPAR in tutti i 21 comuni di Gran Canaria e dà lavoro a 3500 persone. SPAR Gran Canaria si distingue dalla concorrenza per il focus sui prodotti ortofrutticoli freschi, reso possibile anche grazie a [partnership di lunga data](#) con fornitori e aziende agricole locali.

La conferenza ha permesso ai presenti di visitare i migliori supermercati SPAR di Gran Canaria. I delegati sono rimasti affascinati dalle innovazioni

introdotte nel [supermercato SPAR Puerto Rico](#). Gli esperimenti realizzati in questo punto vendita sono stati replicati nel supermercato SPAR Anfi, che ha una clientela composta prevalentemente da turisti. Lo SPAR Express di Maspalomas è ormai un punto di riferimento per i bagnanti e l'offerta si è adattata a questa tipologia di consumatori, inglobando i gelati artigianali di uno dei fornitori di SPAR Gran Canaria.

Gli investimenti in soluzioni di vendita moderne vanno di pari passo con gli investimenti in logistica, come è emerso dalle visite alla sede centrale e al centro di distribuzione principale di SPAR Gran Canaria, che si estende su 21.000 m² e riceve ogni anno 189.502 pallet di merci, caricate e scaricate da 22 banchine di spedizione. Sono 90 gli operatori che si alternano in due turni per spostare le merci con soluzioni di magazzino verticale più efficienti, sistemi di movimentazione automatizzati e tecnologie di picking vocale per la preparazione degli ordini.

SPAR Gran Canaria è ben radicata nel territorio e offre numerose opportunità di lavoro agli isolani. Ai propri dipendenti dà inoltre la possibilità di seguire corsi di formazione e di crescere professionalmente all'interno dell'azienda.



Per approfondimenti e altre notizie, consultare il sito web di SPAR International www.spar-international.com/pressroom o l'app [SPAR Handbook](#).

SPAR: NOTIZIE DAL MONDO

1 SPAR Australia celebra l'apertura di un nuovo supermercato SPAR

Nella zona periferica di Broadmeadow, a Newcastle, Australia, è stato aperto un [nuovo supermercato SPAR di proprietà locale](#). Il punto vendita ha una superficie di 1000 m² e vanta un variegato assortimento di generi alimentari. L'offerta del supermercato SPAR di Broadmeadow combina prodotti della tradizione australiana con piatti pronti da asporto di ispirazione coreana.

2 SPAR Ungheria continua investire in energia solare

SPAR Ungheria ha investito 80 Mio HUF (204.714 €) [in impianti fotovoltaici per l'ipermercato INTERSPAR di Pécs](#), riducendo il consumo di energia elettrica mensile della struttura. L'impianto è dotato di un accumulatore elettrico che ottimizza l'uso di energia nelle ore di picco. Nel 2023, l'azienda ha generato 779 GJ (216.419 kWh) di energia rinnovabile dai pannelli fotovoltaici installati sul tetto dei suoi punti vendita.

3 L'iniziativa SPAR Rural Hub di SPAR Sudafrica sotto i riflettori

Nel 2017, SPAR Sudafrica ha lanciato [SPAR Rural Hub](#) a Mopani, nella provincia di Limpopo, per aiutare i piccoli agricoltori a entrare nella filiera formale, e attualmente finanzia 11 aziende locali con 137 dipendenti. Il programma offre formazione sulla sicurezza alimentare e tecnica, facilita l'accesso ai finanziamenti e garantisce uno sbocco sul mercato per i prodotti agricoli raccolti. L'iniziativa SPAR Rural Hub ha di recente vinto il GLOBALG.A.P. Changemaker Award e i fondi per gli agricoltori sono stati accordati dal Kagiso Trust.

4 SPAR Kosovo raggiunge un traguardo importante

SPAR Kosovo celebra [l'apertura del suo 10° supermercato SPAR](#). Il punto vendita si trova a Fushe Kosovë e offre un ampio assortimento di generi alimentari, tra cui 1000 prodotti a marchio SPAR. Il negozio si estende su una superficie di 561 m² e dà lavoro a 20 persone.

5 SPAR Slovenia innova con la pubblicità generata dall'IA

SPAR Slovenia ha integrato [tecnologie basate sull'IA nella creazione di video](#) per canali digitali e ologrammi pubblicitari che illustrano il suo programma di fidelizzazione. L'azienda ha lanciato pubblicità generate dall'IA partendo da testi descrittivi utilizzando innovative piattaforme video, che hanno aumentato l'efficienza produttiva e ridotto i costi.

6 Aumentano i punti vendita affiliati di SPAR Seychelles

Il supermercato SPAR affiliato di Eden Island, Seychelles, [ha ampliato la sua superficie di vendita](#) portandola da circa 200 m² a 1180 m². Il punto vendita ora offre una selezione più vasta di frutta e verdura, prodotti da forno artigianali, carni di qualità, pesce e frutti di mare, oltre ad avere una caffetteria interna che serve pasti e bevande, con un angolo che si trasforma in cocktail bar verso sera. L'intervento di modernizzazione ha introdotto le etichette elettroniche e nuovi reparti.



1. SPAR Australia celebra l'apertura di un nuovo supermercato SPAR



4. SPAR Kosovo raggiunge un traguardo importante



2. SPAR Ungheria continua investire in energia solare



5. SPAR Slovenia innova con la pubblicità generata dall'IA



3. L'iniziativa SPAR Rural Hub di SPAR Sudafrica sotto i riflettori



6. Aumentano i punti vendita affiliati di SPAR Seychelles

FRUTTA IN SCATOLA SPAR

La comodità a casa.

**LA FRUTTA IN SCATOLA SPAR
È DISPONIBILE
IN DUE VARIETÀ**

1. Cocktail di frutta SPAR, un gustoso mix di 5 frutti raccolti a mano: pesche, pere, ananas, uva e ciliegie.

2. Pesche a fette SPAR, tagliate in modo accurato e conservato nello sciroppo.

Entrambe le varietà sono una soluzione ideale per dessert, insalate o come spuntino rinfrescante direttamente dalla scatola.



SELECTED
AT PEAK
RIPENESS



PER INFORMAZIONI, RIVOLGERSI A: UFFICIO ACQUISTI DI SPAR INTERNATIONAL, AMSTERDAM
PRODUCT@SPAR-INTERNATIONAL.COM