



The European House  
Ambrosetti



# **SICUREZZA, TRACCIABILITÀ E QUALITÀ DELLA MARCA DEL DISTRIBUTORE PER LA TUTELA DEL CONSUMATORE**

*Quale ruolo della Distribuzione Moderna e quali evoluzioni nel rapporto con i copacker*

**Bologna, 16 gennaio 2019**

**PRESENTAZIONE DI  
ALEX TOSOLINI**

# Innovazione e Tecnologia come chiave competitiva

Alex Tosolini

SVP New Business Development, Kroger





**\$122.7**  
**Miliardi**  
2017 Vendite



**453,000**  
Associati



**2,782**  
Supermercati



Opera in  
**35**  
Stati



**34.51°**



**4** Realtà

**2** Suggestimenti

Cominciamo con dei dati

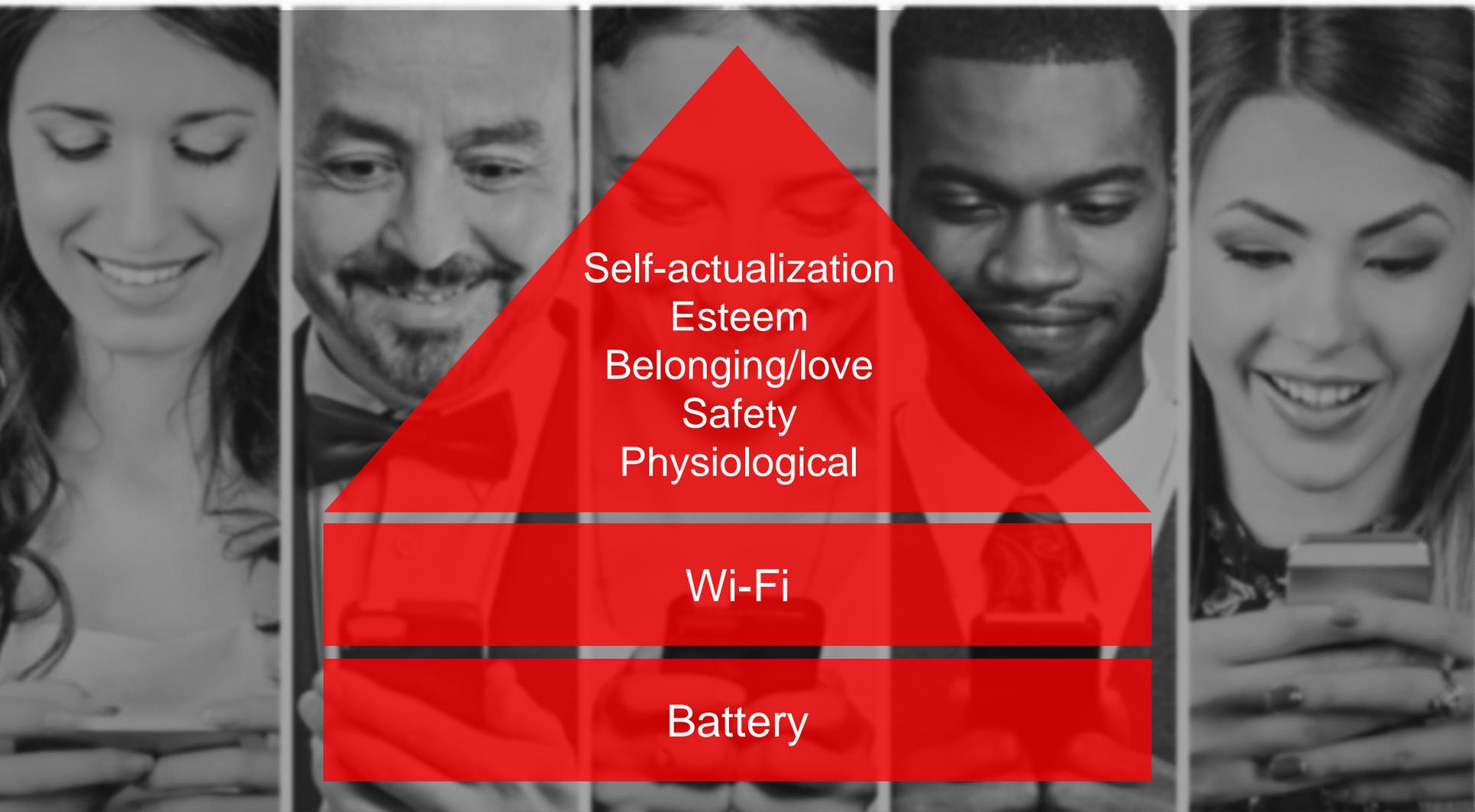
**Negli ultimi 15 anni, il 52% delle  
aziende nel Fortune 500 sono  
scomparse**

1955

Vita media **75** anni

2015

Vita media **15** anni



Self-actualization  
Esteem  
Belonging/love  
Safety  
Physiological

Wi-Fi

Battery

# Adesso hanno necessità più emotive

**...RISPARMIARE TEMPO"**



**...SPENDERE MENO"**



**"VORREI..."**



**...SENTIRMI CONNESSA"**



**...SENTIRMI COCCOLATA"**



**...ESSERE ISPIRATA"**





### **Multicanale**

28% usa Facebook  
e Instagram mentre  
fa la spesa

30% sceglie un negozio in base al loyalty rewards

25% vuole usare mobile payment per check out

15% dei consumatori ricevono e usano una promozione immediatamente

Delivery cost e' la barriera #1 per on line shopping

18% dei consumatori hanno piu' di 10 tecnologie connesse

6% dei consumatori usano tecnologie di Virtual Reality



## Realtà # 1

Dobbiamo essere  
ossessionati da cosa vuole il  
consumatore

E meglio se abbiamo dei  
dati a disposizione

# Standards elevatissimi per:

Convenienza (quando e dove consegnare, velocità)

Qualità (assortimento, offerte, personalizzazione, servizi)

Informazioni (contenuti, idee, ispirazioni)

Costi e prezzi (tendenza al ribasso)

84.51°

84.51°

84.51°



Consumatori e dati al centro di tutto  
quello che facciamo



## Realtà # 2

La Tecnologia diventa il  
modello di business per tutti



Action Now

30 Minutes

Lanes Open

5

4

4

26m 15s



**ClickList**

Order Online... PICK UP at Store.





VINO

SALE  
9.99  
WINE & BEER

BEER  
Craft Beer  
Local Breweries

Italy

FRANCE

FRANCE

Colombia

Spain

COLOMBIA





simple truth organic  
**FAT FREE** MILK

simple truth

simple truth  
**Meatless Patties**

simple truth organic  
**Rotini**

simple truth  
**Natural** Large Brown Eggs  
Cage Free Grain Fed

simple truth organic  
**Spaghetti**

simple truth  
Greek Yogurt

simple truth  
Marinara

## Realtà # 3

Bisogna investire prima della  
crescita, anche sulle  
persone

## Realtà # 4

Vincere da soli e sempre più difficile. L'importanza di trovare i partners giusti

# Suggerimento # 1

## Avere un piano strategico competitivo:

Obiettivi chiari

Scelte strategiche chiare

Piani chiari

Esecuzione perfetta

# Suggerimento # 2

## Creare la giusta cultura aziendale:

Competitiva esternamente

Collaborativa internamente

Flessibile (partnerships, etc)

Innovativa (tests, etc)

# Opportunità

Italia ha le potenzialità e gli Italiani se lo meritano

Più spazio ai giovani

Più gioco di squadra