



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

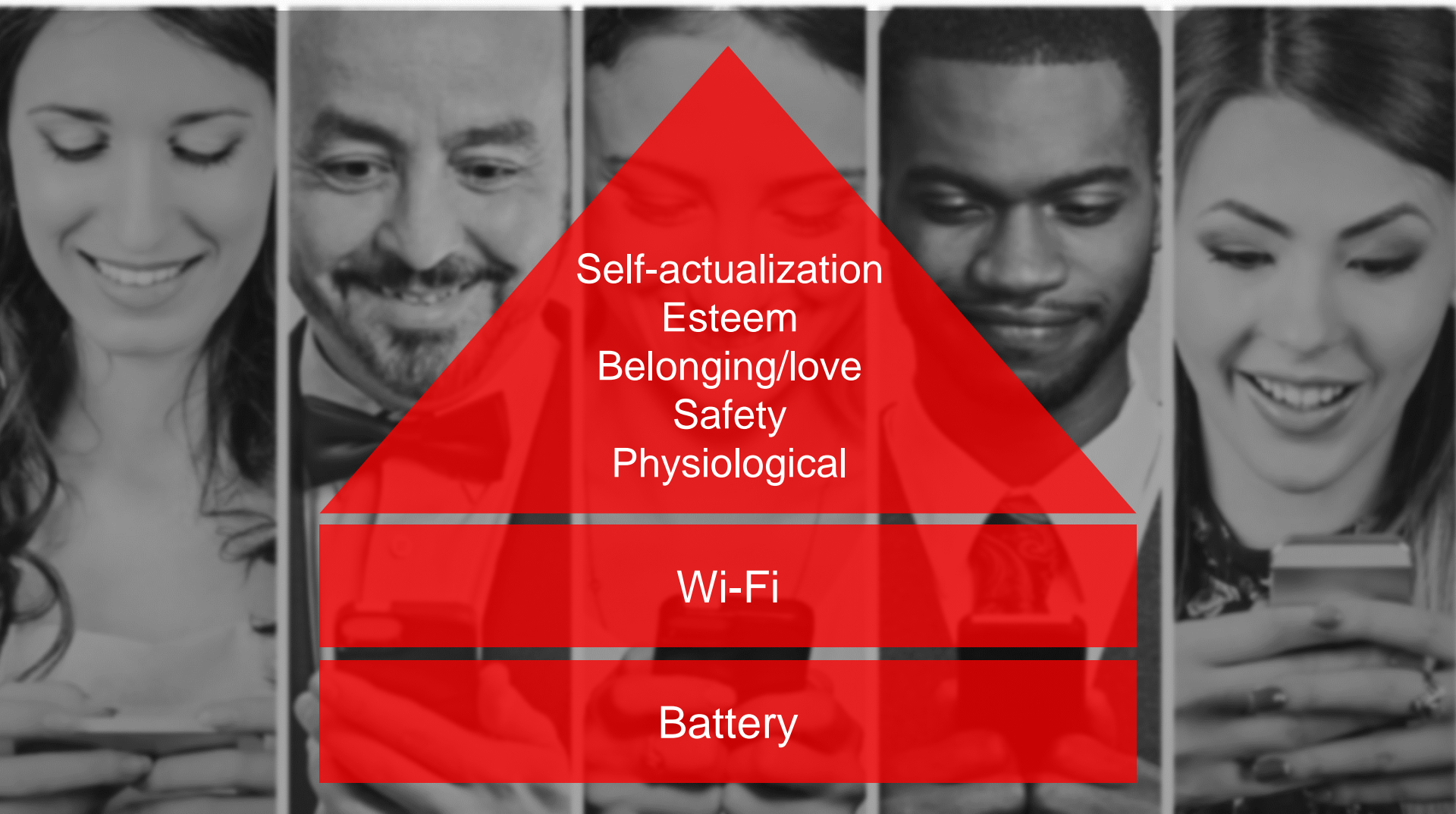
**Negli ultimi 15 anni, il 52% delle
aziende nel Fortune 500 sono
scomparse**

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)

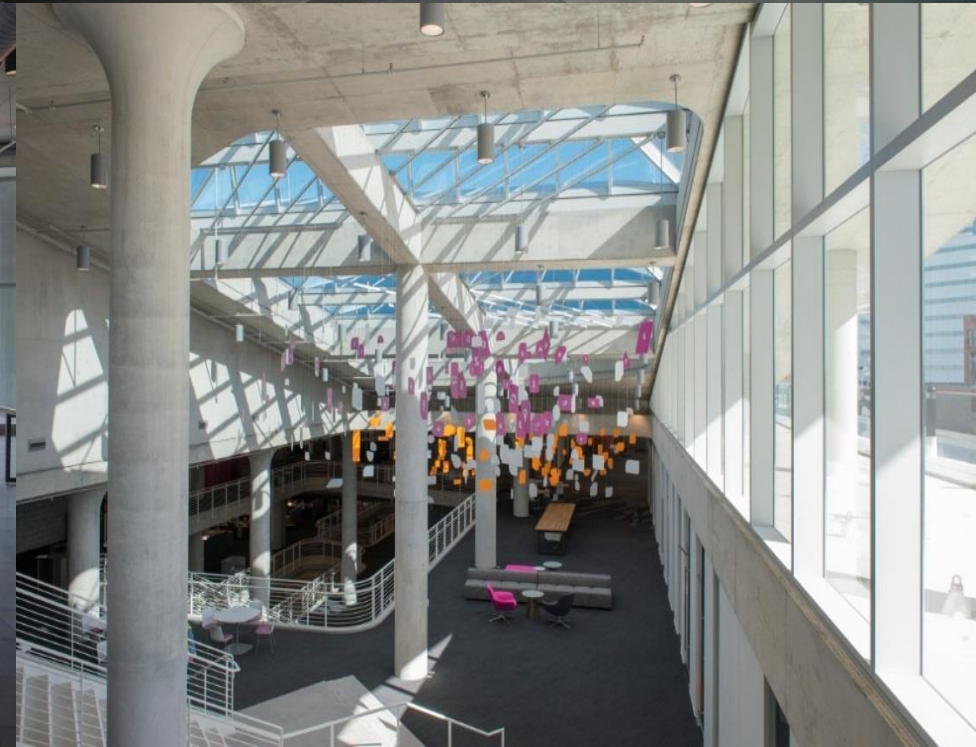
84.51°

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
WINE & BEER

BEER

Italy

FRANCE

FRANCE

Colombia

FRANCE

Colombia





simple truth organic
FAT FREE MILK

simple truth

simple truth
Meatless Patties

simple truth organic
Rotini

simple truth
Natural Cage-Free Grain-Fed Large Brown Eggs Grade A

simple truth organic
Spaghetti



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