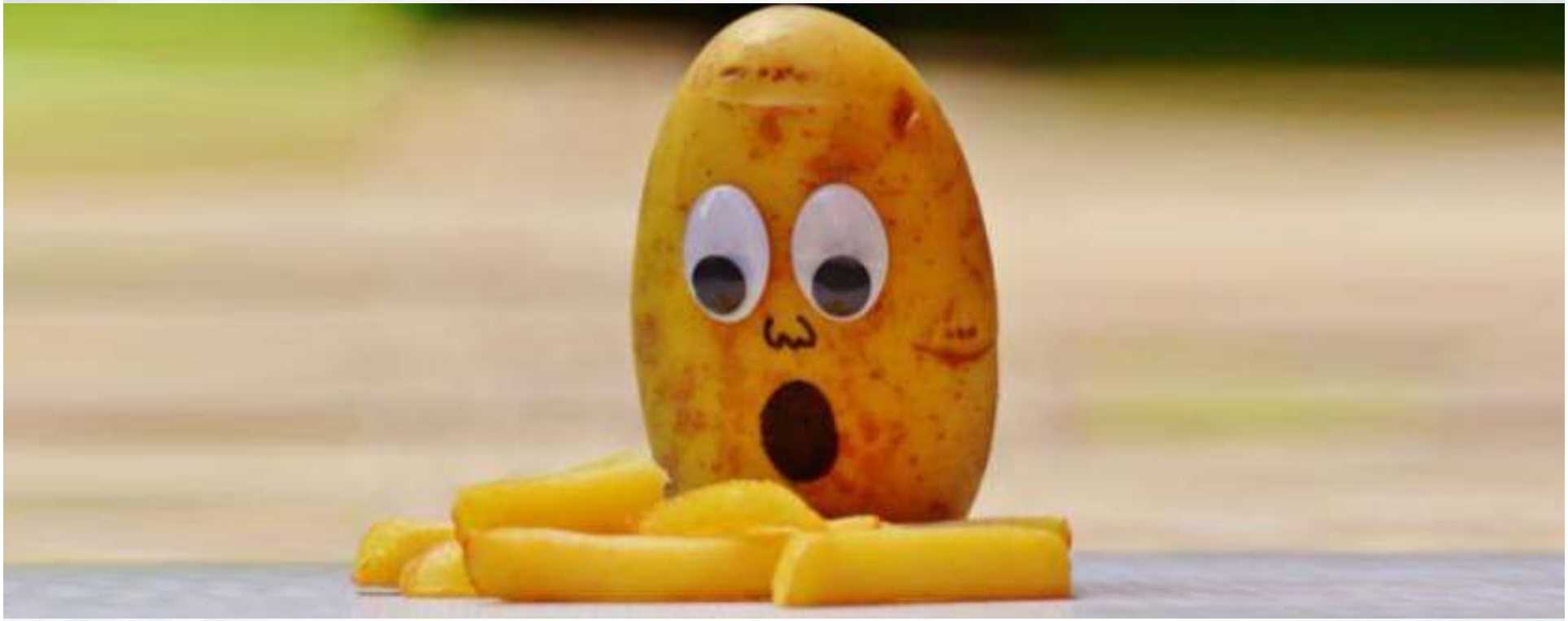


INDUSTRIA E GRANDE DISTRIBUZIONE: LA COMPLESSITÀ DELLA RELAZIONE

Davide Evangelisti
Direttore Vendite
Divisione Grocery Surgelato

INDICE

1. L'azienda Pizzoli
2. La distribuzione in Italia
3. La complessità della relazione
4. Come l'industria gestisce la relazione/negoziazione con la distribuzione: l'account management

PIZZOLI

L'AZIENDA

DAL 1926
Pizzoli
Lo specialista italiano delle patate.

KEY NUMBERS

Oltre 110.000 tons di materia prima

47.000 tons di prodotto finito trasformato

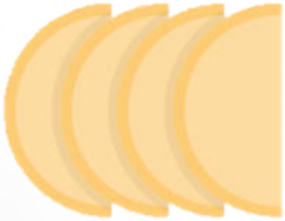
25.000 tons di patate fresche commercializzate

200 Aziende agricole conferenti

Fatturato 2018: 88 mio€ (+6% vs AP)

QUANTE PATATINE VENDIAMO OGNI ANNO?

BASTONCINI: 35.000 TONS



ALTRE FORME: 8.000 TONS

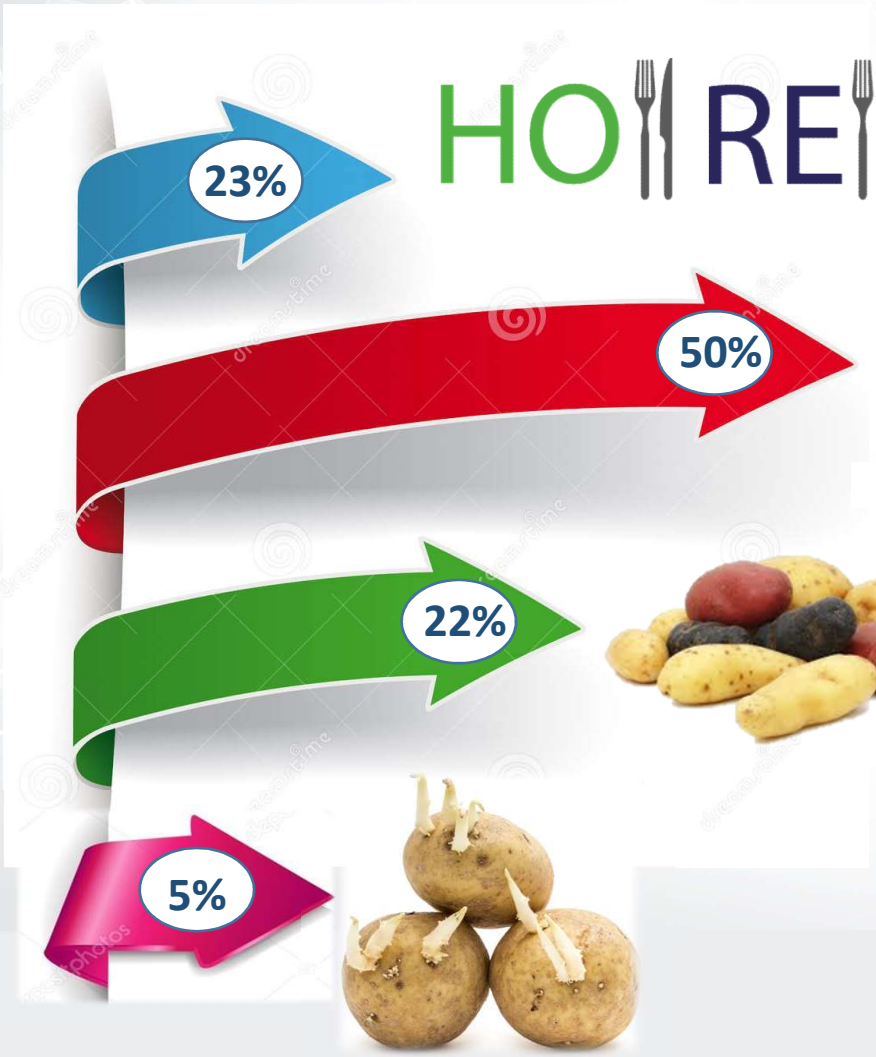
CROCCHETTE: 3.000 TONS

GNOCCHI: 1.000 TONS

SE LE METTESSIMO IN FILA OGNI ANNO FAREMMO IL GIRO DEL MONDO 3 VOLTE!

BUSINESS PIZZOLI

FATTURATO 2018: 88 MIO€



I NOSTRI PRINCIPALI CLIENTI

RETAIL

coop

CONAD

ESSELUNGA

Auchan

Carrefour

IPER

EURO Spin

CRAI

Pam

LIDL

ALDI

FOODSERVICE

IKEA

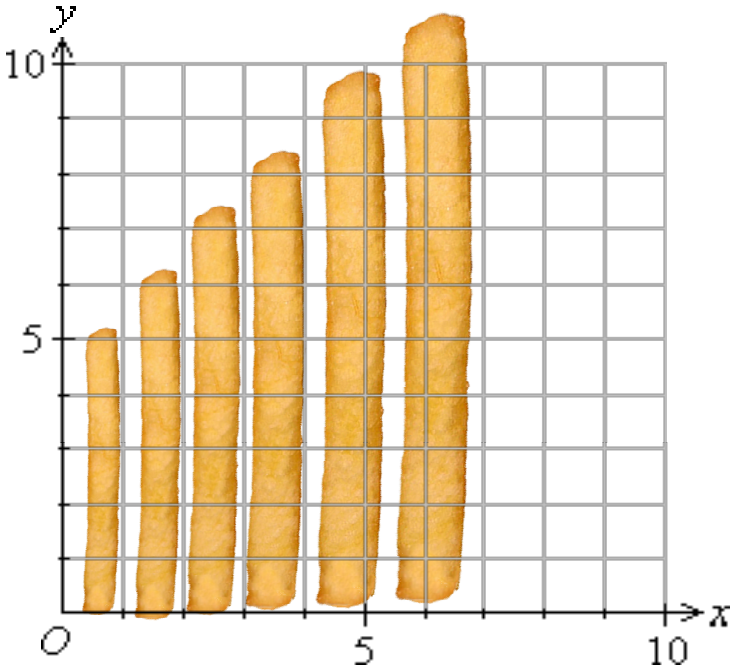
Roadhouse GRILL

AUTOGRILL

CIR food
COOPERATIVA ITALIANA DI RISTORAZIONE

CAMST
LA RISTORAZIONE ITALIANA

IL MERCATO DELLE PATATE SURGELATE

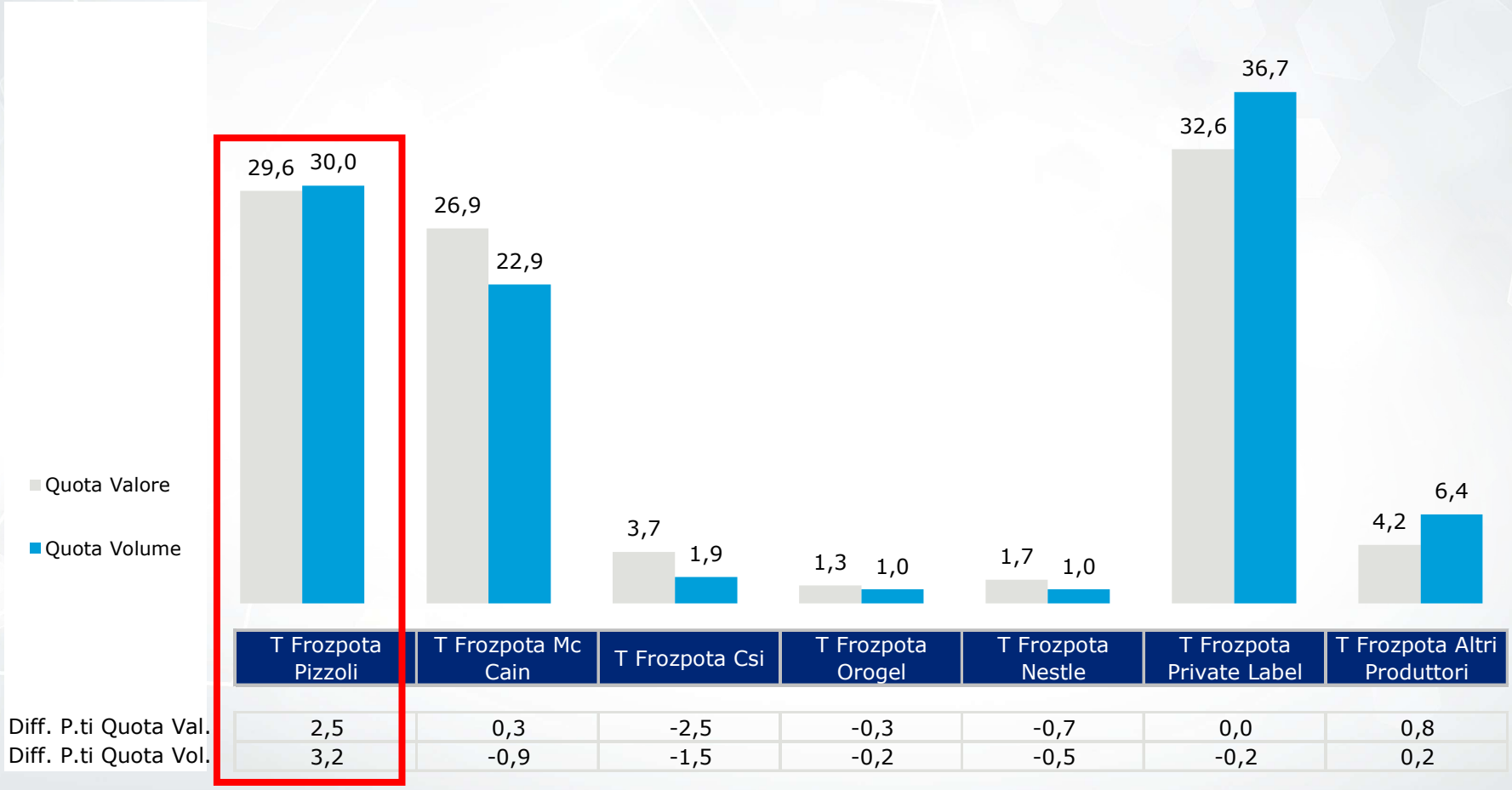


FROZEN POTATOES: LE QUOTE DI MERCATO – AT OTT. 2019

	T Frozpota Pizzoli	T Frozpota Mc Cain	T Frozpota Csi	T Frozpota Orogel	T Frozpota Nestle	T Frozpota Private Label	T Frozpota Altri Produttori
Diff. P.ti Quota Val.	0,7	0,9	-1,1	-0,2	-0,4	0,3	-0,3
Diff. P.ti Quota Vol.	0,8	0,5	-0,7	-0,2	-0,3	0,4	-0,5

T7 - Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)- Anno Terminante OTT19

FROZEN POTATOES: LE QUOTE DI MERCATO – OTT. 2019



	T Frozpota Pizzoli	T Frozpota Mc Cain	T Frozpota Csi	T Frozpota Orogel	T Frozpota Nestle	T Frozpota Private Label	T Frozpota Altri Produttori
Diff. P.ti Quota Val.	2,5	0,3	-2,5	-0,3	-0,7	0,0	0,8
Diff. P.ti Quota Vol.	3,2	-0,9	-1,5	-0,2	-0,5	-0,2	0,2

T7 - Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)- OTT19

LA DISTRIBUZIONE IN ITALIA

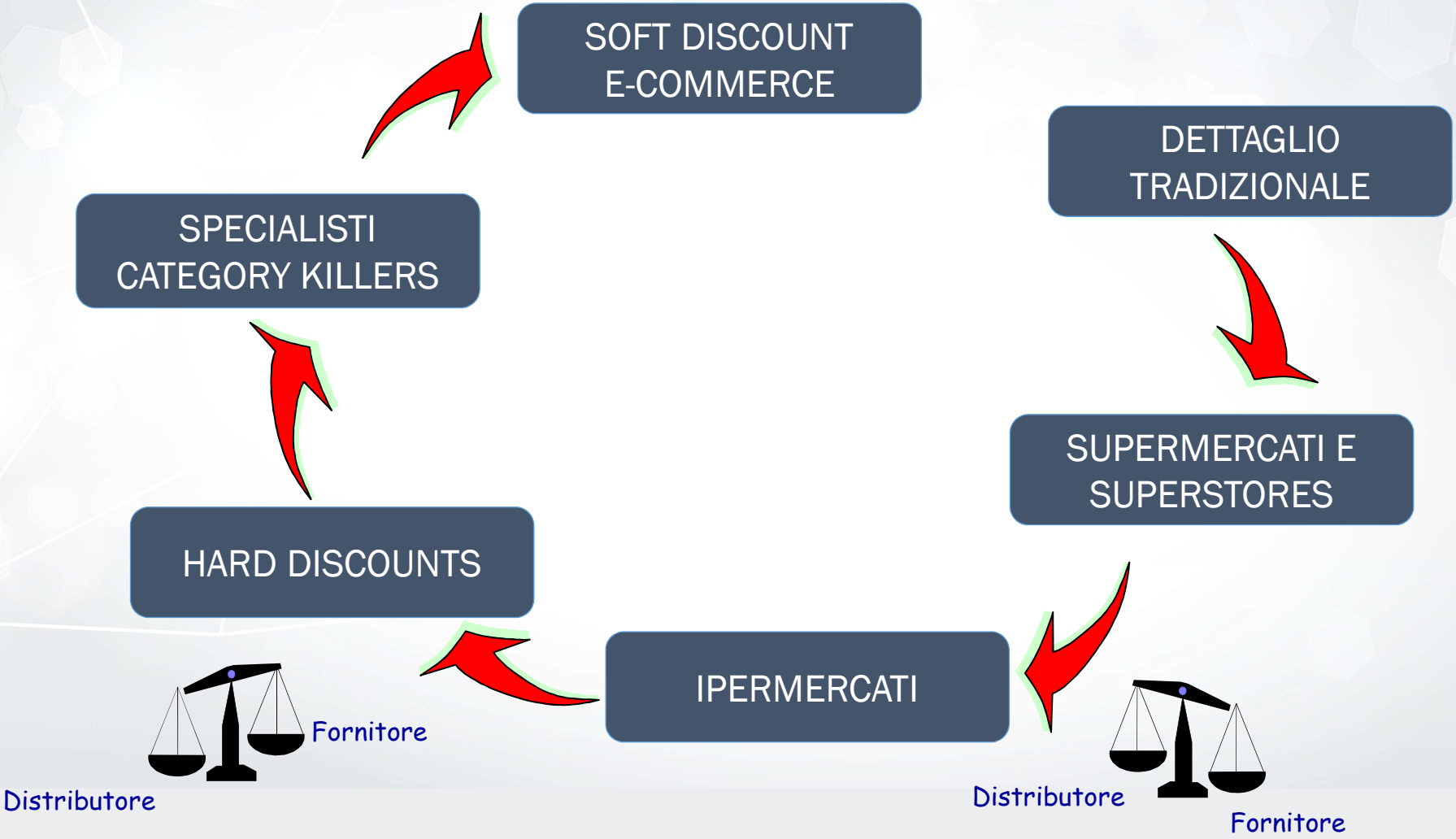
Pizzoli DAL 1926 Lo specialista italiano delle patate

Pata Snella

Pizzoli DAL 1926 PROFESSIONAL

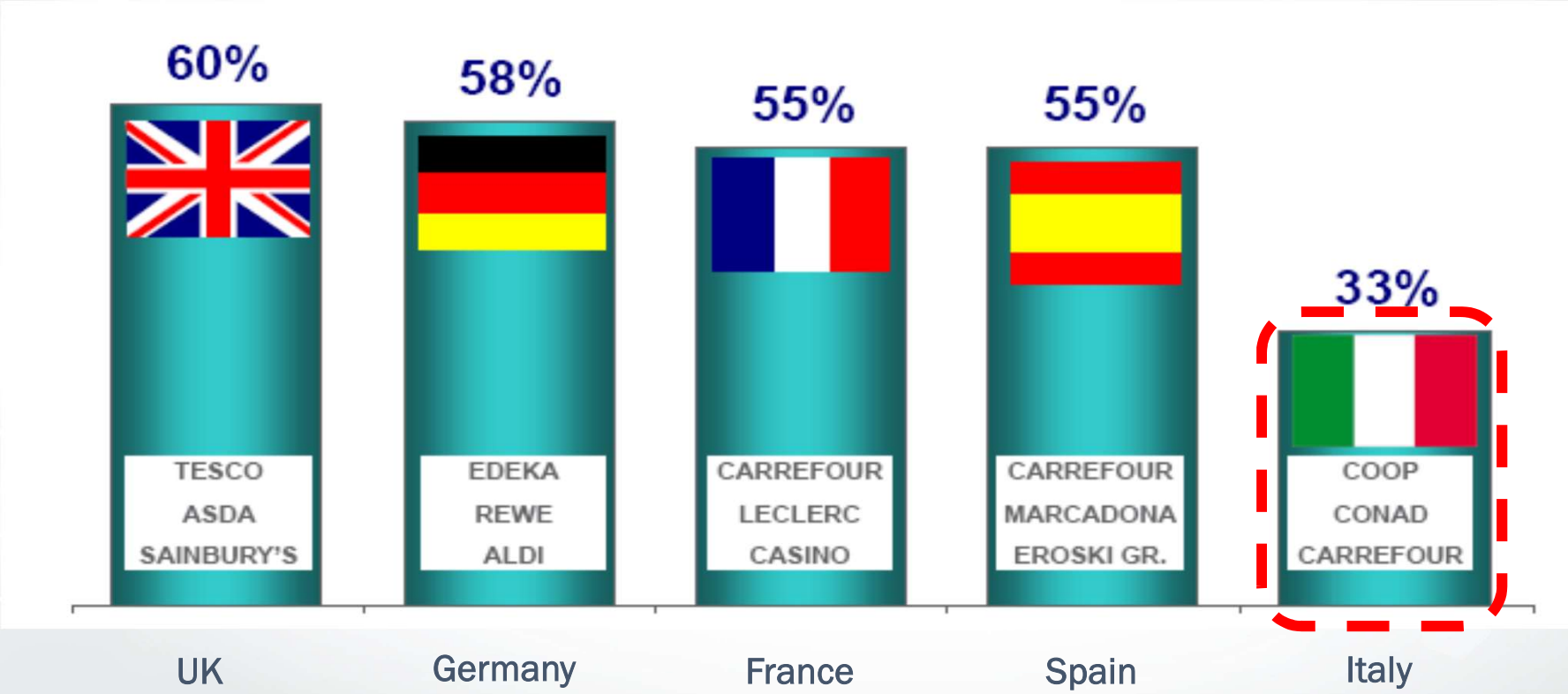
iodi

EVOLUZIONE DEL TRADE



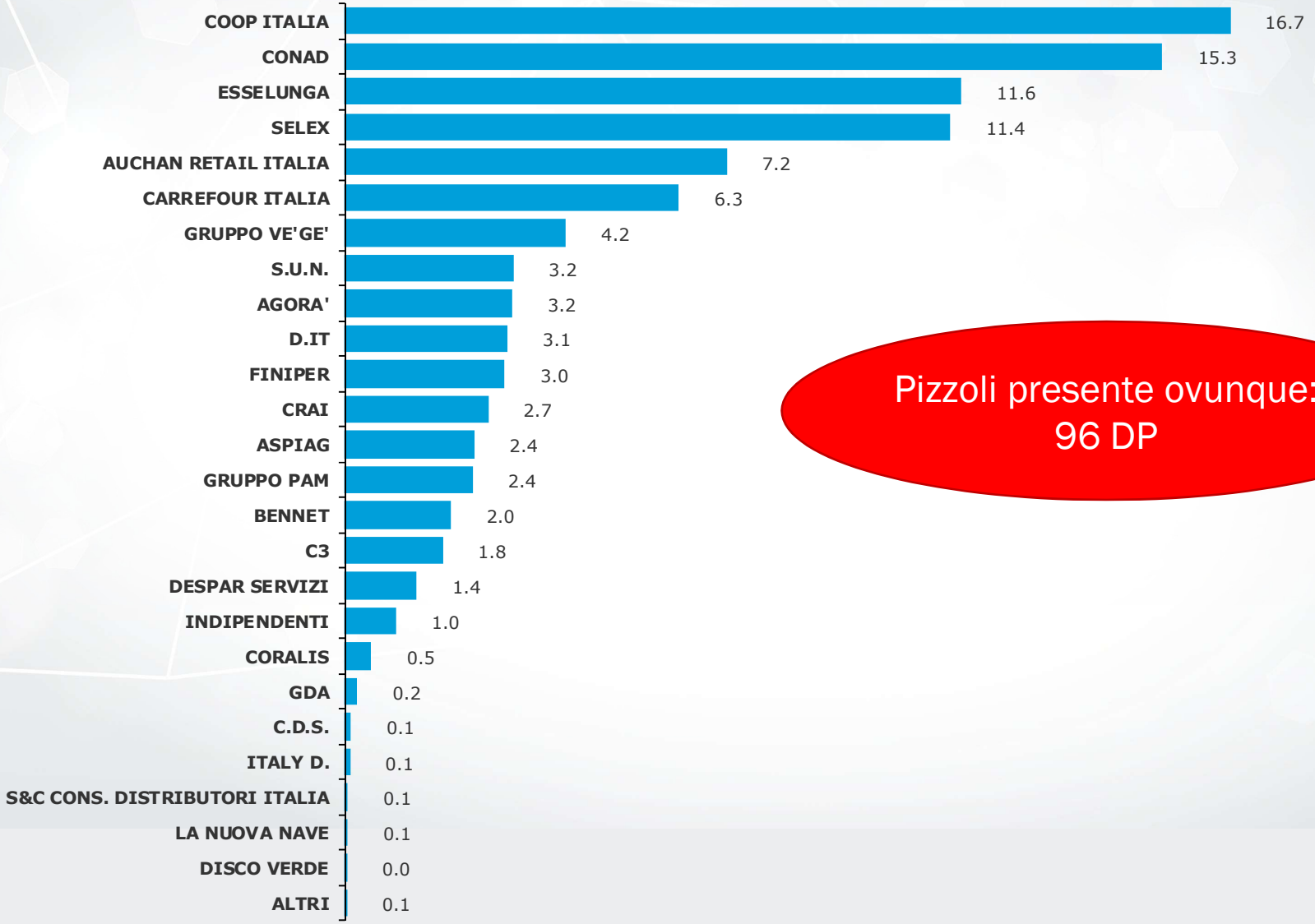
GRUPPI DISTRIBUTIVI IN EUROPA

Quanto pesano i primi 3 retailers in ogni paese?



GRUPPI DISTRIBUTIVI – QUOTA GDO I+S+LSP

(Fonte IRI TopTrade Gen2018 LCC Discount)

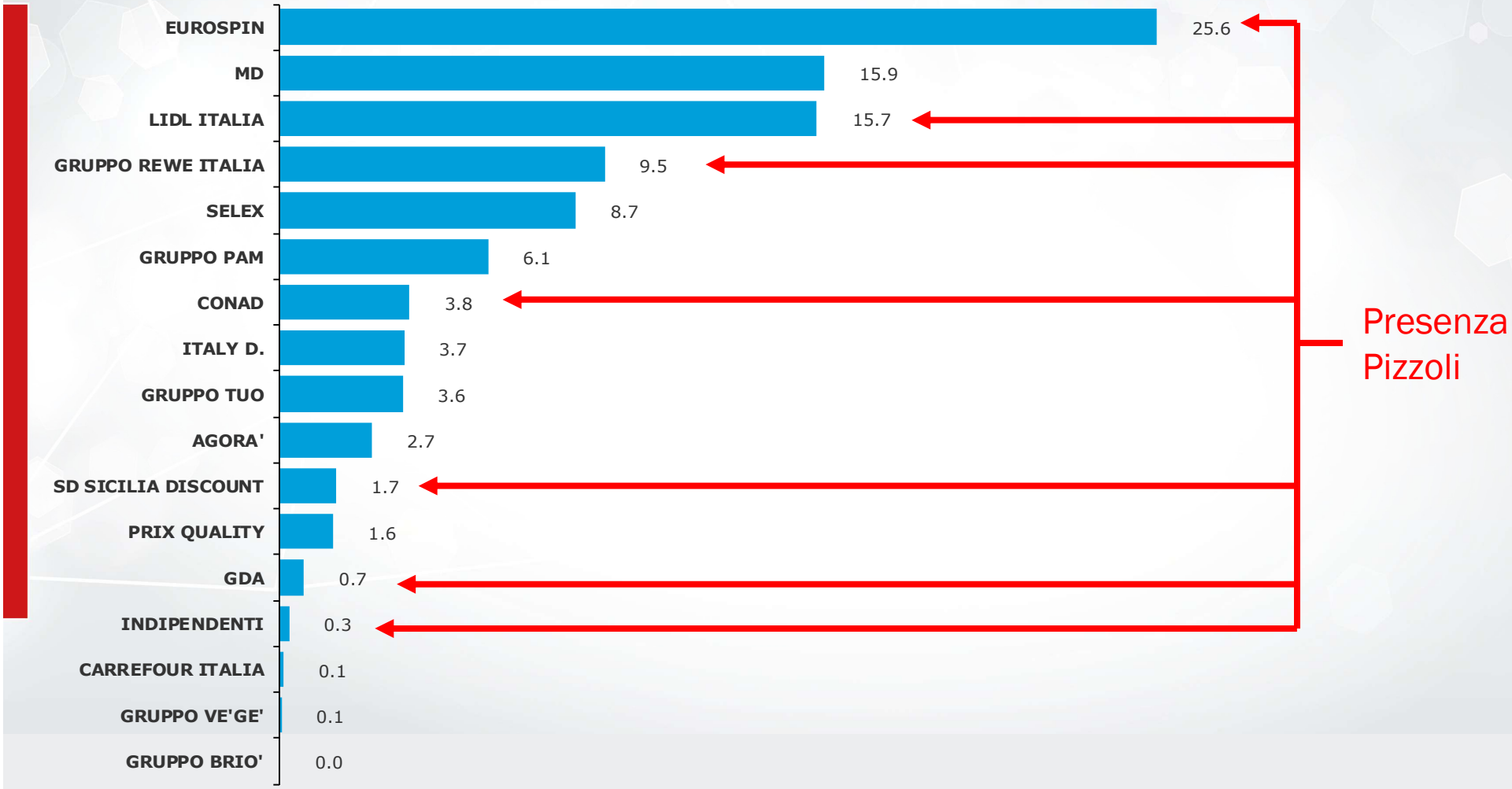


Pizzoli presente ovunque:
96 DP

Fonte: Top Trade 1° Gennaio 2018

GRUPPI DISTRIBUTIVI – QUOTA DISCOUNT

(Fonte IRI TopTrade Gen2018 LCC Discount)



Fonte: Top Trade 1° Gennaio 2018

LA COMPLESSITA' DELLA RELAZIONE

Pizzoli DAL 1926 Lo specialista italiano delle patate

Pata Snella

Pizzoli DAL 1926 PROFESSIONAL

iodi

QUAL E' IL CONTESTO DELLA RELAZIONE INDUSTRIA-GDO?

nel 2008 c'è stata una delle più grandi crisi finanziarie mondiali

CRISI DEI CONSUMI

PRESSIONE SUI PREZZI

CRESCENTE NECESSITA' DI EFFICIENZA

I MODELLI DI BUSINESS DELLA GDO SONO SOTTO PRESSIONE

Decremento dei margini % ma… non è detto della Massa di Margine

LO SVILUPPO SOSTENIBILE DELLA RELAZIONE

Modello di business di Pizzoli

- Crescita sostenibile (P&L)
- Mantenimento/sviluppo quota mercato
- Velocità distribuzione innovation

Equilibrio commerciale

Modello di business del trade

Partnership:

Category/Account Management

NECESSITA' DI CONCILIARE OBIETTIVI DIVERSI

Assortimento
Listino
Contratto
Piano Marketing
Planogramma

PREZZO

TARGET: Massimizzare profitto per l'azienda

TARGET: Massimizzare profitto per la categoria

SODDISFAZIONE DEL CONSUMATORE

COME L'INDUSTRIA GESTISCE LA RELAZIONE/NEGOZIAZIONE CON LA GDO?

COME L'INDUSTRIA GESTISCE LA RELAZIONE/NEGOZIAZIONE CON LA GDO?

L'ACCOUNT MANAGEMENT

- Gestione della relazione
- Ampliamento portafoglio clienti
- Analisi del mercato
- Collaborazione con funzioni marketing

IL PROCESSO NEGOZIALE

CONOSCI TE STESSO E LA TUA AZIENDA: PERSONAL SKILLS & COMPANY STRATEGY

CONOSCI IL TUO PRODOTTO E LA SUA POSZIONE NEL MERCATO

CONOSCI IL TUO POTENZIALE PARTNER: VISIONE, STRATEGIA, MANAGEMENT, MEF

PRIMO INCONTRO

COMUNICA INTERESSI, PROBLEMATICHE E BISOGNI

INDIVIDUA I GAP

AFFRONTA LE PROBLEMATICHE

TROVA UN PUNTO DI EQUILIBRIO

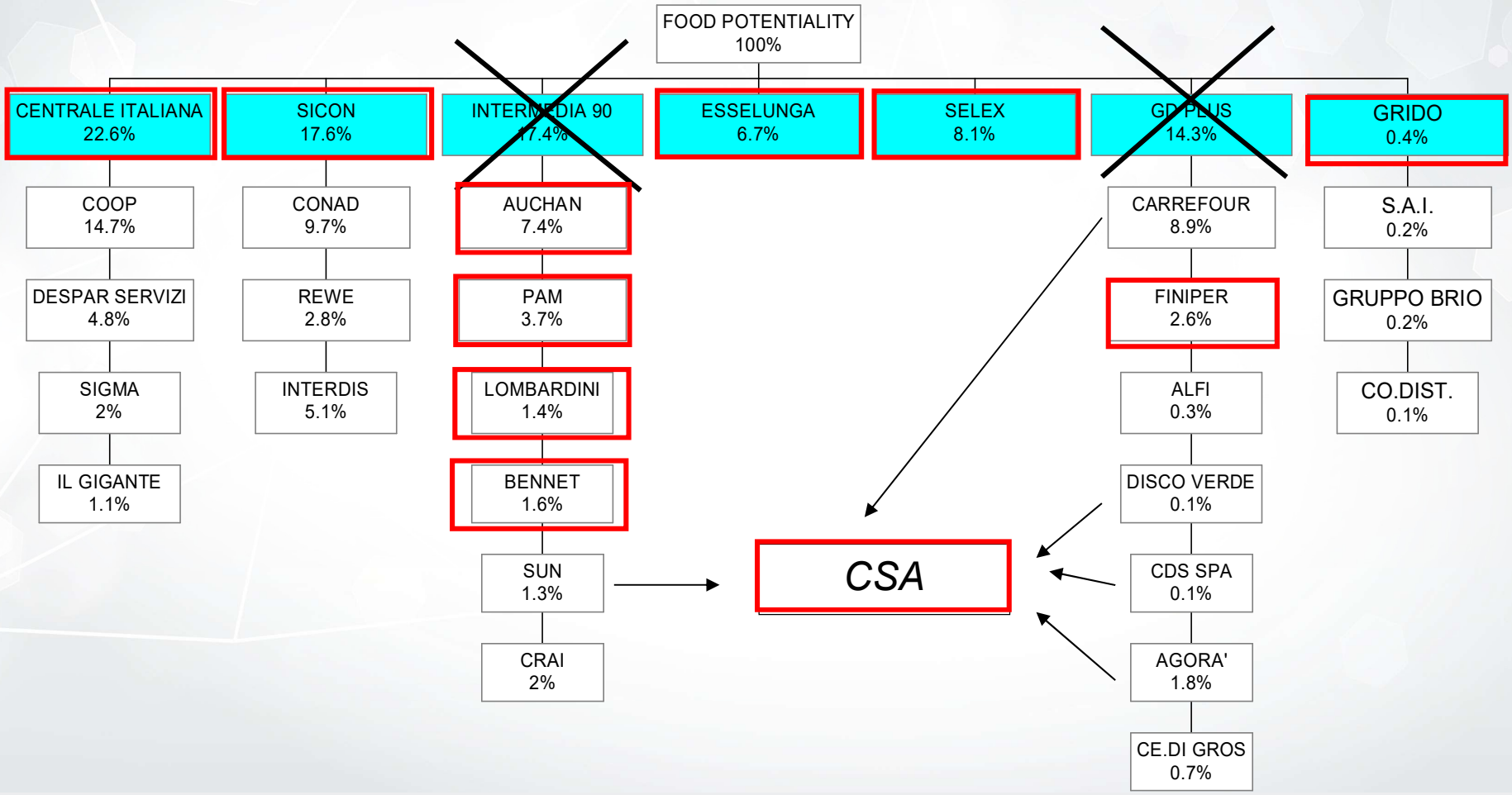
CHIUDI L'ACCORDO

QUALI SONO LE AREE DI LAVORO PER AVERE UNA PROFICUA RELAZIONE COMMERCIALE CON I RETAILERS?

QUALI LE PRINCIPALI DIFFICOLTA' NELLA RELAZIONE CON LA DISTRIBUZIONE?

Pizzoli DAL 1926 Lo specialista italiano delle patate | Pata Snella | Pizzoli DAL 1926 PROFESSIONAL | iodi

INSTABILITA' DEI GRUPPI D'ACQUISTO



COMPLESSITA': NEGOZIAZIONE MULTI-LIVELLO

BUYING GROUP	OGGETTO	FIGURA AZIENDALE
EMD (internazionale)	TENDER/ASTA	SALES MANAGER
ESD (Super centrale naz.)	LISTINO + CONTRATTO NAZIONALE	NAM
SELEX, SUN, AGORA', ASPIAG	PL + PIANI MKTG DI GRUPPO	NAM
13 Soci, 5 Soci, 4 Soci, 1 Socio	ACCORDO LOCALE + PIANI PROMO LOCALI	KAM
PDV (divisi per regioni e cluster)	ATTIVITA' IN-STORE	KAM e/o AGENTE PLURIMANDATARIO
		SELL-OUT SPECIALIST

implementazione

QUAL E' IL RISCHIO PRINCIPALE NELLA NEGOZIAZIONE?

Difficoltà nel capire in modo chiaro quali sono le condizioni di cessione

QUINDI

PERDERE DI VISTA IL PROFITTO!!

QUALI SONO I REQUISITI PER GESTIRE IN MANIERA EFFICACE LA RELAZIONE CON LA GDO?

- Coordinamento del team di vendita
- Attento controllo di gestione (controllo investimenti)
- Competenze negoziali (skills)

QUALI SONO GLI STRUMENTI ADOTTATI DALL'ACCOUNT MANAGER?

Pizzoli DAL 1926 Lo specialista italiano delle patate

Pata Snella

Pizzoli DAL 1926 PROFESSIONAL

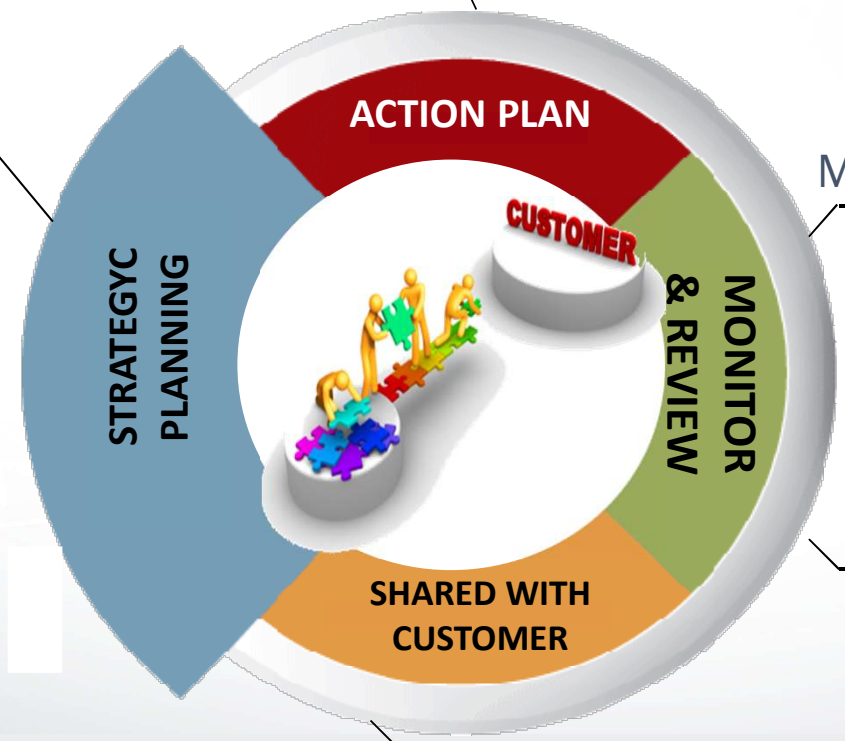
iodi

IL TOOL DEL PIANO CLIENTE

Obiettivo → Guidare la crescita del cliente in linea con le Strategie Aziendali

Formalizzare le Azioni in linea con i propri obiettivi

Definire Pensiero strategico sul cliente In linea con le Strategie Aziendali



Monitorare avanzamento

Implementare azioni correttive

Condividere Action Plan con il cliente

IL TOOL DEL PIANO CLIENTE

Strategic planning

- Analisi SWOT del cliente sulle key aree (Assortimento, promozionalità, etc..)
- Definizione di un OBJ generale sul cliente e le priorità chiave per l'anno

Action Plan

- Piano Listing
- Piano Promozionale
- Mensilizzazione Volumi promo e Baseline per gruppo prodotto
- Valorizzazione investimenti (TP, Contratto, eventuali extra)

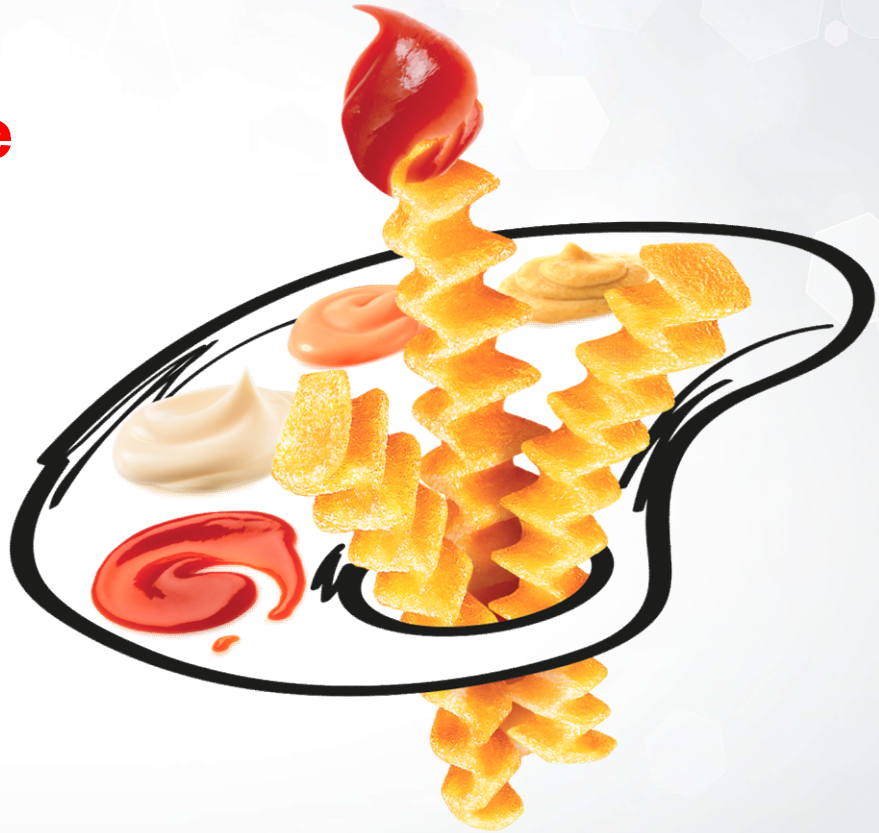
Monitor & Review

- Aggiornamento mensile andamento per prodotto (da sede ad inizio mese)
- Revisione mensile piano YTGO (inizio 3° settimana mese)

Shared with customer

- Condivisione piano e obiettivi

Grazie per l'attenzione



Pizzoli DAL 1926 — Lo specialista italiano delle patate

Pata Snella

Pizzoli DAL 1926 PROFESSIONAL

iodi