

---

# Osservatorio Non Food 2016: ieri oggi domani

Milano, 4 luglio 2017

Luca Zanderighi

# A volte bastano solo 10 anni...

---

... una crisi economica (di sistema)  
...e la nascita dello *smarthphone*

...per **trasformare** il mondo!

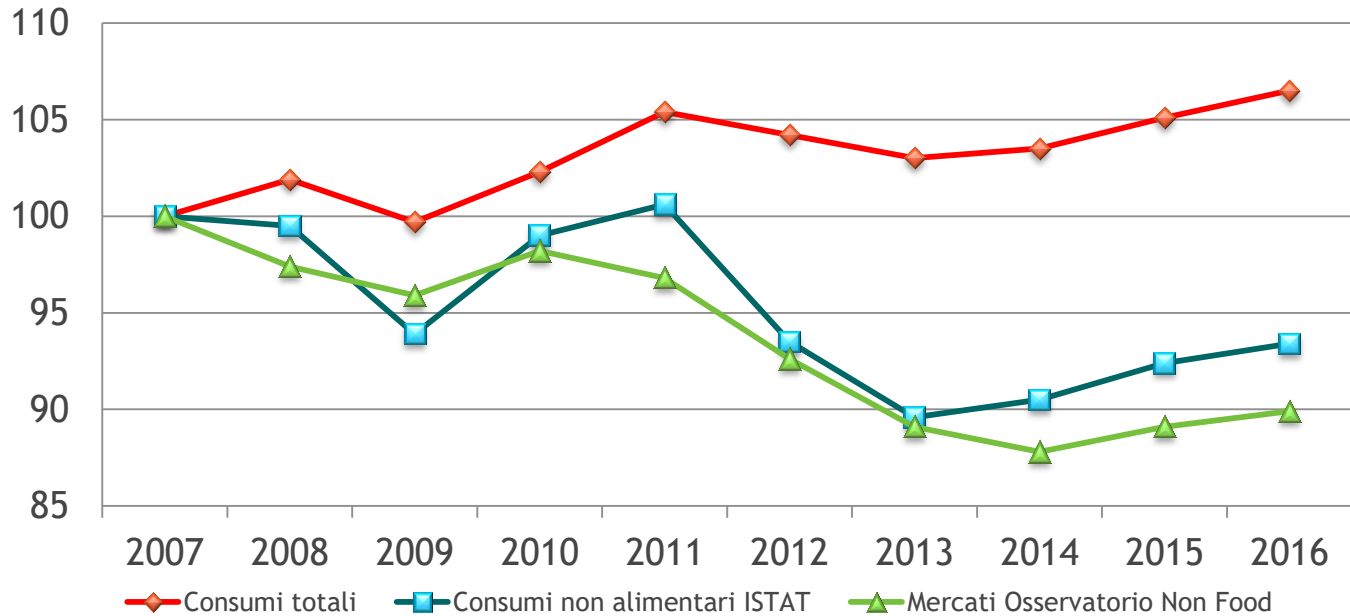
# Che cosa buttiamo via...

---

Le parole:

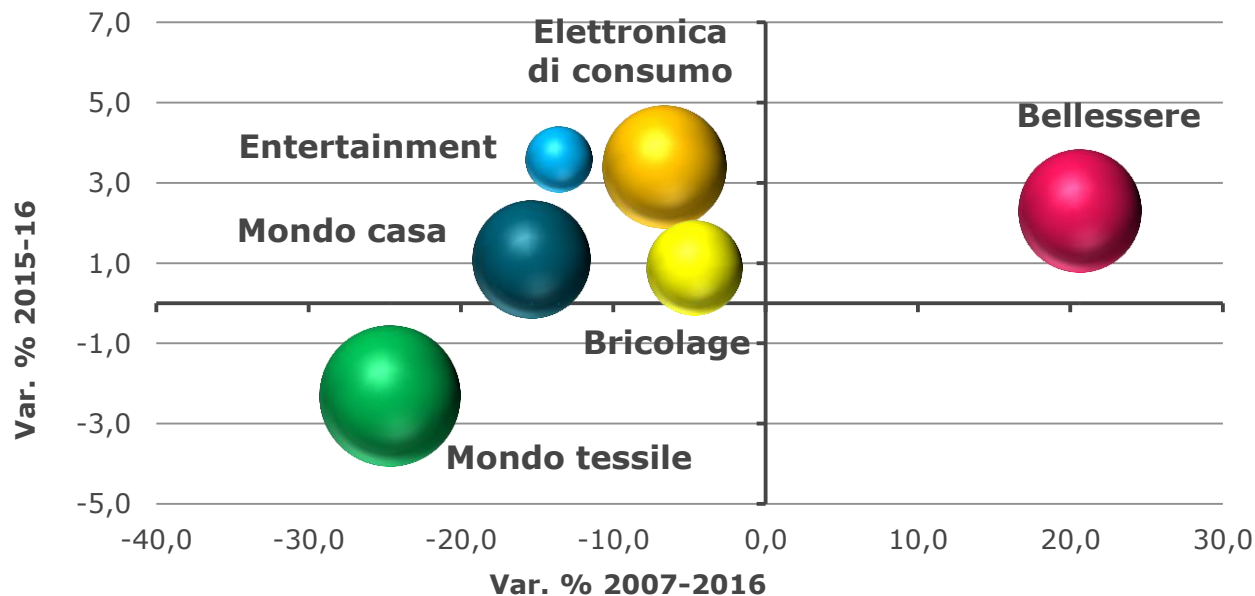
**CRISI**  
**DIGITALIZZAZIONE**

# La CRISI c'è stata...



**Osservatorio  
Non Food GS1  
Italy  
-11,5 miliardi  
in 10 anni**

# ...e sono emerse nuove derive di consumo



**Il consumatore rivede le sue priorità di consumo e ne ridisegna i percorsi facendone un nuovo stile di vita**

**INNOVAZIONE e BELLESSERE**

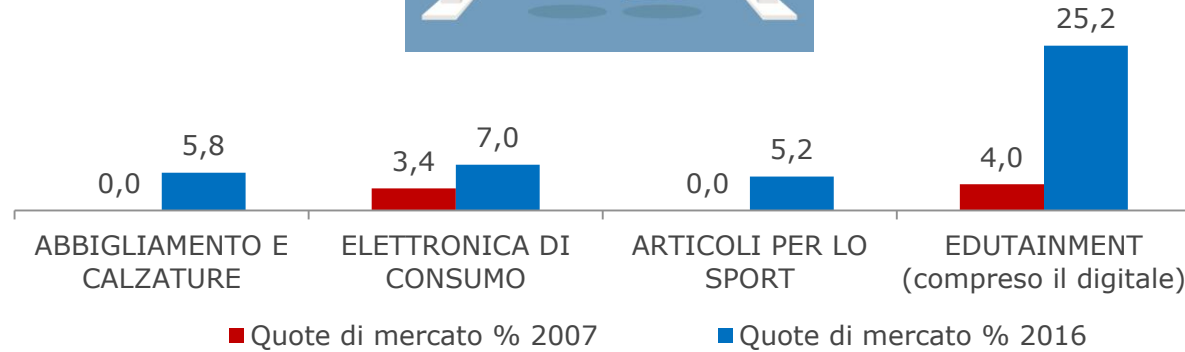
# Un processo di DIGITALIZZAZIONE...

Il 29 giugno 2007 arriva nei negozi lo *smartphone* Apple  
... ha cambiato le sorti dell'impresa di Steve Jobs  
...ha creato una nuova forma di economia  
...è diventato parte della nostra vita come nessun altro oggetto tecnologico



**Internet, nuovi devices e servizi:  
il consumatore scopre il mondo digitale e un diverso modo di comunicare e di fare acquisti**

# ...che ormai è sempre più diffuso



Oggi il consumatore si muove con disinvoltura nel mondo digitale: dal *multichannel*, all'*omnichannel* verso la *no-channel era*

# Che cosa teniamo...

---

le parole:

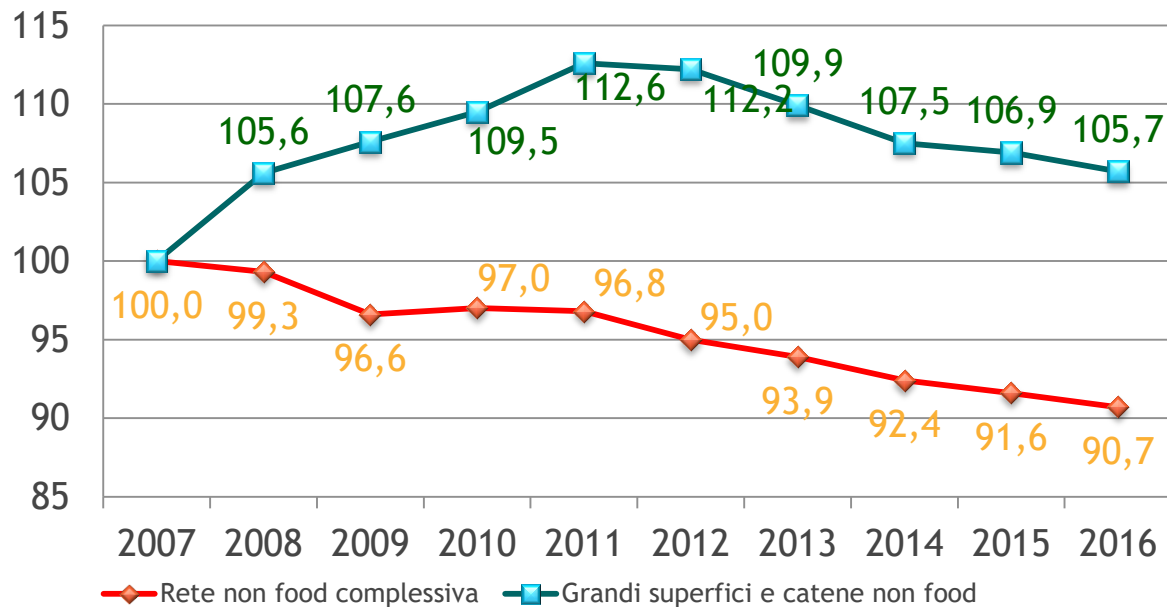
**RAZIONALIZZAZIONE**

**INNOVAZIONE**

**ADATTAMENTO**



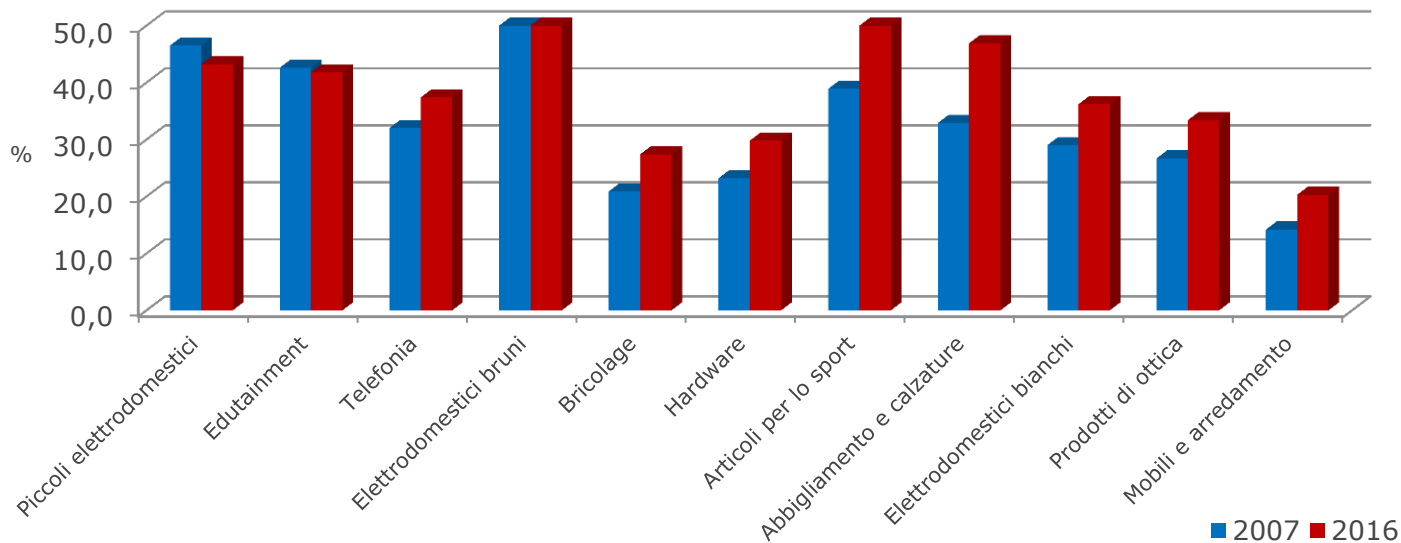
# RAZIONALIZZAZIONE dell'offerta non food e degli spazi di vendita (numero di punti vendita 2007=100)



	<b>Variazione 2007-16</b>
<b>Punti vendita non alimentari</b>	<b>-46.563</b>
<b>Punti vendita di catene e GSS</b>	<b>+1.595</b>

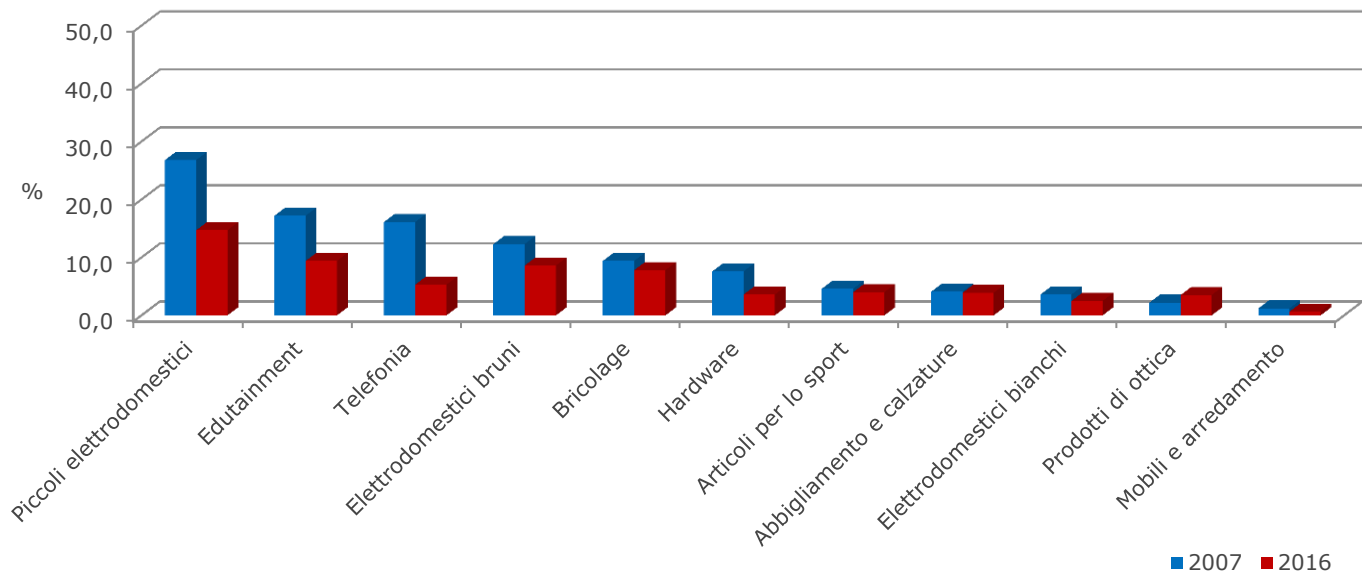
# INNOVAZIONE e ADATTAMENTO per differenziarsi e consolidare

## Quota di mercato delle Grandi Superfici Specializzate

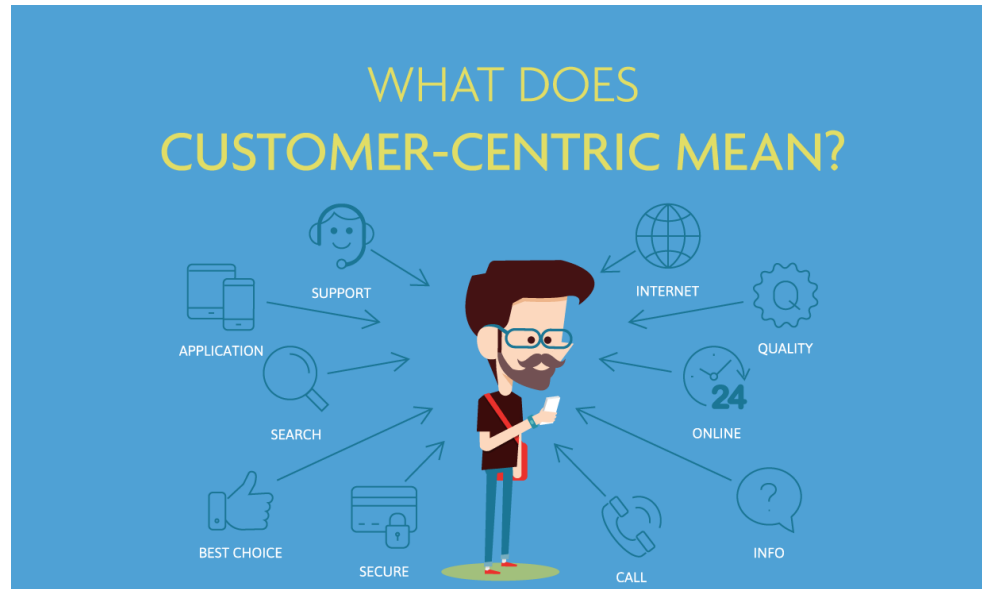


# ...ma non sempre ci si è riusciti!

## Quota di mercato delle Grandi Superfici Alimentari



# Che cosa dobbiamo ancora fare...



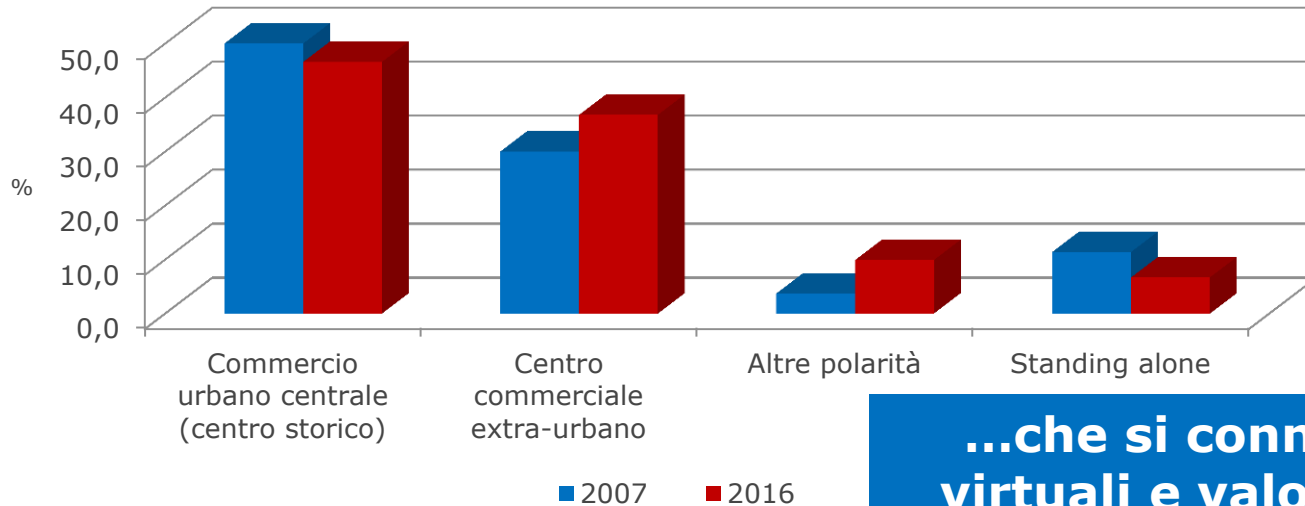
**Un futuro CUSTOMER-CENTRIC**



- I consumatori acquistano sia esperienze che prodotti (crescente domanda per sessioni di benessere, i tutorial di make up e bricolage, corsi di cucina)
- I consumatori valorizzano prodotti personalizzati/su misura (magari da vedere online e provare offline)
- (Con l'e-commerce che crea un eccesso di scelta) i consumatori premiano ben definiti *retail concept*

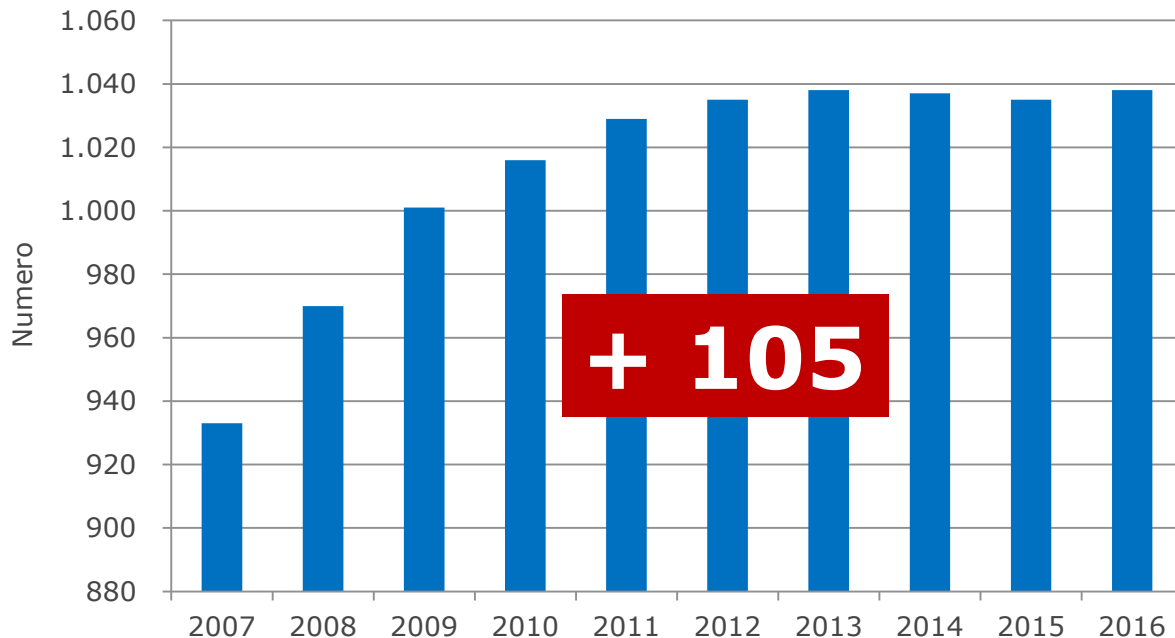
# Il Retail ricerca una polarità fisica...

Polarità commerciale (% di punti vendita non alimentari)



**...che si connetta a polarità virtuali e valorizzi tecnologie "social shopping"**

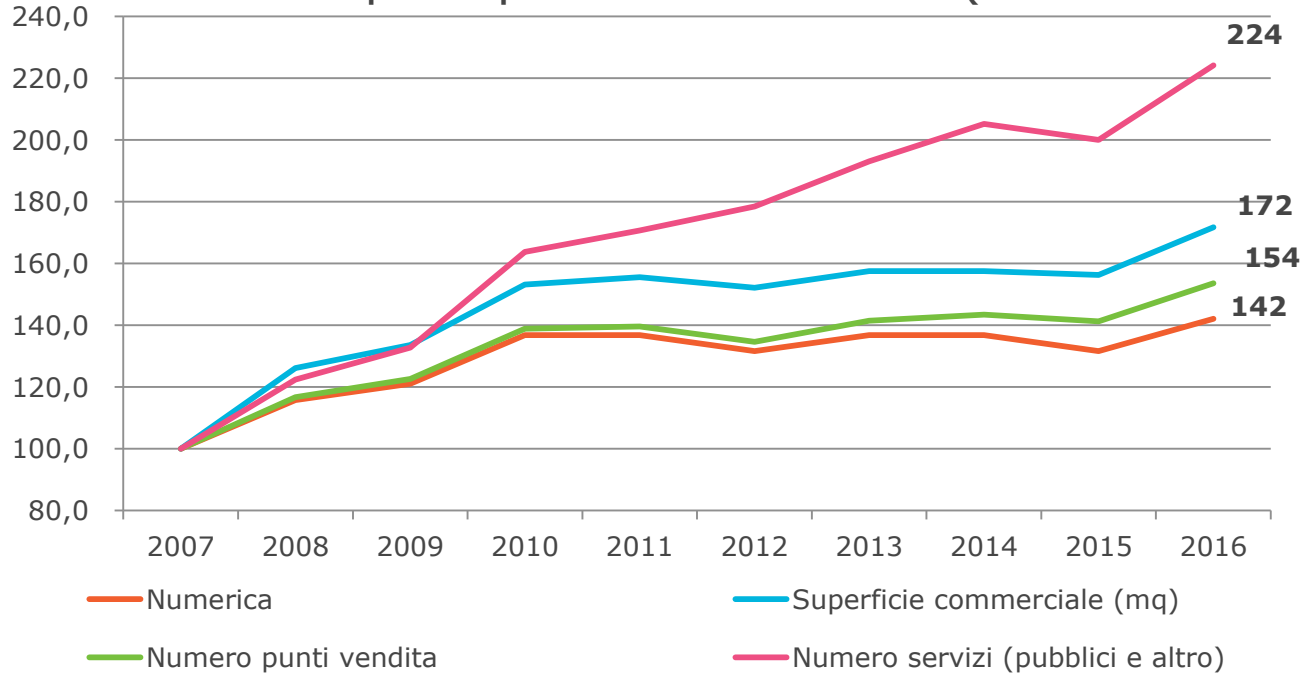
# Una sfida per i Centri commerciali...



**Location innovative, brand internazionali e integrazione di servizi (intrattenimento, ristorazione, servizi sanitari,...) per i nuovi Centri commerciali**

# ...e per i Factory Outlet

Trend delle principali caratteristiche (base 2007=100)



**Maggiori  
superfici,  
upgrade  
dell'offerta e  
nuovi servizi:  
diventano  
«vere e proprie  
mete  
turistiche»**



# La sfida richiede una cultura manageriale sempre più centrata su **soft skills**...



---

**«Chi più in alto sale, più lontano vede. Chi più lontano vede, più a lungo sogna»**

*Grazie*