



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agence italienne pour le commerce extérieur
Bureau pour la promotion des échanges de l'Ambassade d'Italie



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

La GDO: da *offline* a *online*?

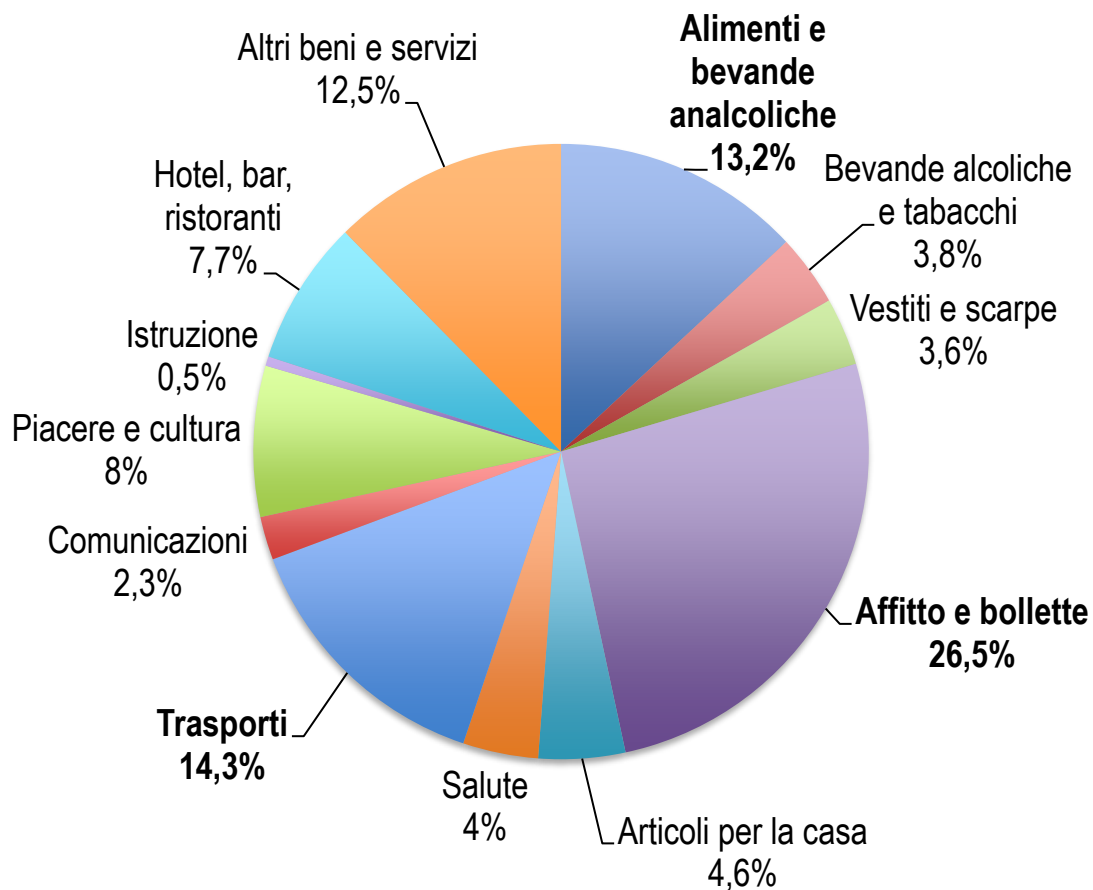
La GDO in Francia, dinamiche di mercato,
impatto Covid-19 e prospettive

Presentato da: Giovanni Sacchi
Direttore ufficio ICE Parigi

- Consumi delle famiglie francesi: *overview*
- Il settore agroalimentare in Francia
- Export agroalimentare verso la Francia
- La distribuzione dei prodotti agroalimentari: *overview*
- Panoramica principali attori GDO francese
- Come sta evolvendo la GDO: *drive* e consegna a domicilio
- *E-commerce*: un trend in continua crescita
- Covid-19 e spesa: da *offline* a *online*
- *Strategia pluricanale (1/2) - Accordo Amazon e Casino*
- *Strategia pluricanale (2/2) - Accordo Google e Carrefour*
- *Il futuro sarà sempre più digitale? - SWOT Analysis*
- *Conclusioni*



Consumi delle famiglie francesi: overview

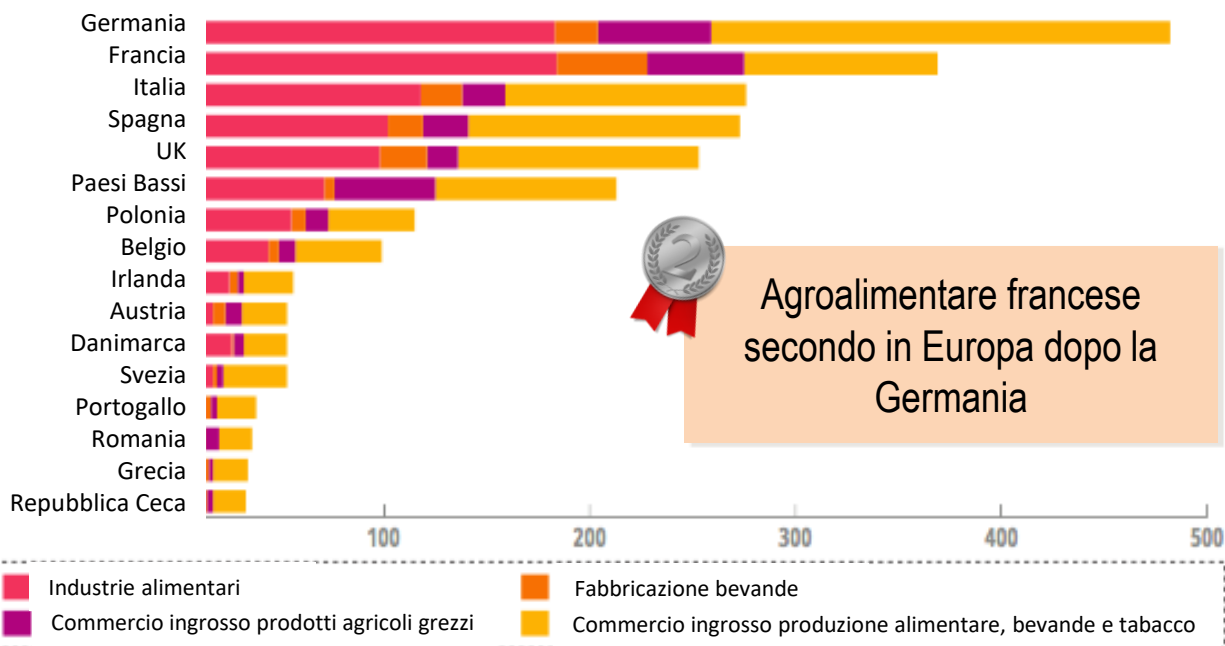



I dati in breve

- **Affitto e bollette** prima voce dei consumi dei francesi seguiti da **trasporti** e **alimentari** (anno 2019)
- Percentuale relativa dei **consumi alimentari in costante calo**
- Aumento generico dei consumi nel 2019
- Aumento del **potere d'acquisto** delle famiglie



Settore agroalimentare (confronto paesi UE)



 Agroalimentare francese secondo in Europa dopo la Germania

I dati in breve

- Produzione agroalimentare: **213 miliardi di euro** nel 2018 (più di 400 miliardi su tutto l'indotto)
- Peso agroalimentare sull'economia francese pari a **11% del prodotto interno lordo**
- **Terzo saldo attivo** della bilancia commerciale nel 2019 con **7,8 miliardi di euro**



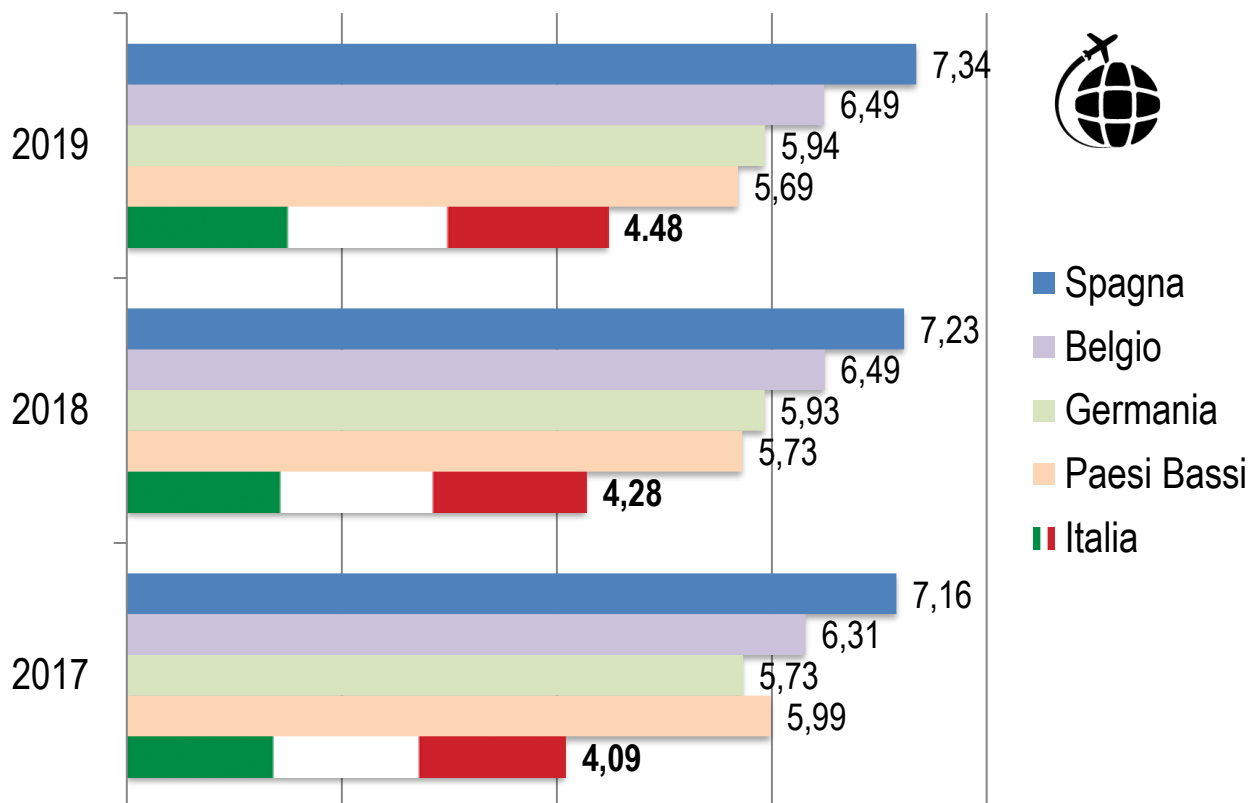
Tendenze di fondo



- Crescente attenzione alla **qualità del cibo** (salute, ecologia)
- Esplosione del biologico (+**130%** di fatturato dal 2012)
- Fondamentale ruolo GDO per distribuzione prodotti alimentari (65% del totale)

Export agroalimentare in Francia

Export agroalimentare in miliardi di euro (confronto paesi UE)

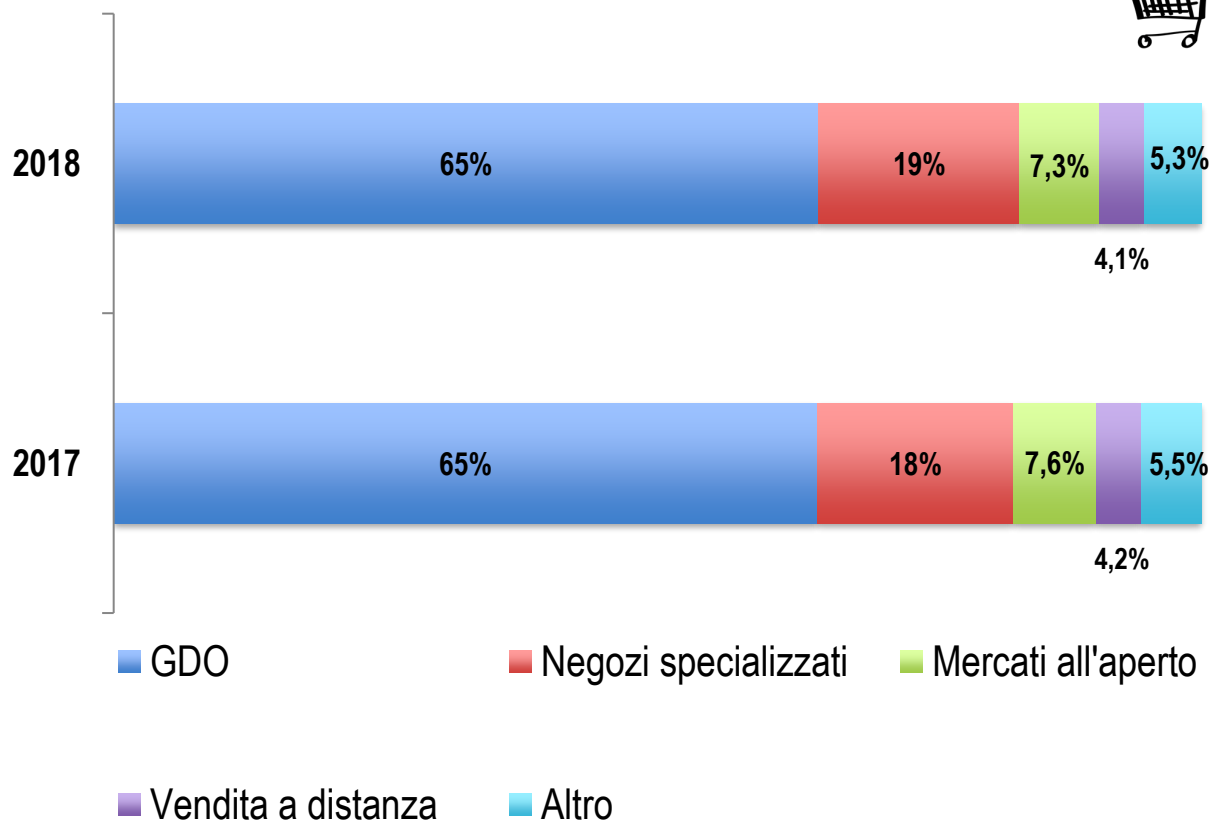


- Spagna
- Belgio
- Germania
- Paesi Bassi
- Italia

I dati in breve

- Italia **quinto esportatore in Francia** di prodotti agroalimentari ma **quota in crescita** nel 2019 (+4,6%). Export ha tenuto anche nel primo trimestre 2020 superando il miliardo di euro (**+6% vs 2019**)
- Principali voci export italia: **prodotti cerealicoli** (es. pasta, riso), **latticini, uova, bevande alcoliche e analcoliche, preparazioni di ortaggi** o frutta, frutta fresca

Peso canale su vendita prodotti alimentari (anno 2019)

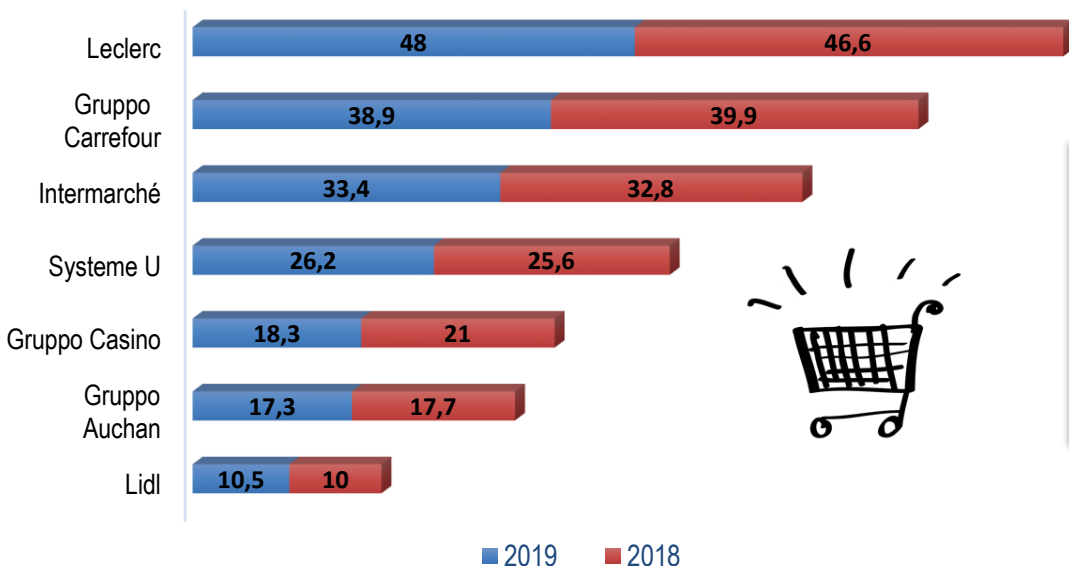


I dati in breve

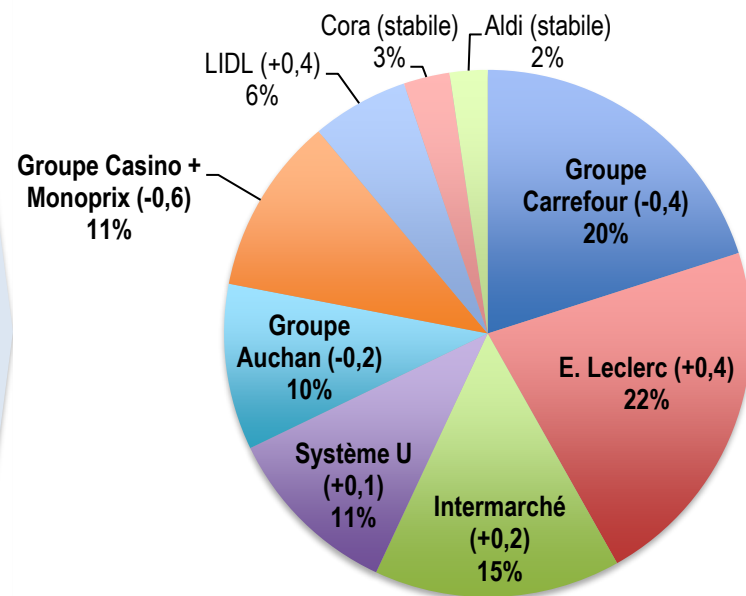
- **GDO** principale partner industria agroalimentare francese
- **Fatturato agroalimentare** nella GDO pesa **circa 80% delle vendite** pari a un valore di oltre **100 miliardi di euro** nel 2019
- Settore dominato da grandi attori
- **Vendite online** circa **4%** del totale delle vendite, ma settore in **grande trasformazione**

Panoramica principali attori GDO francese

Fatturato in Francia dei principali gruppi (miliardi di euro)...



...e quote di mercato



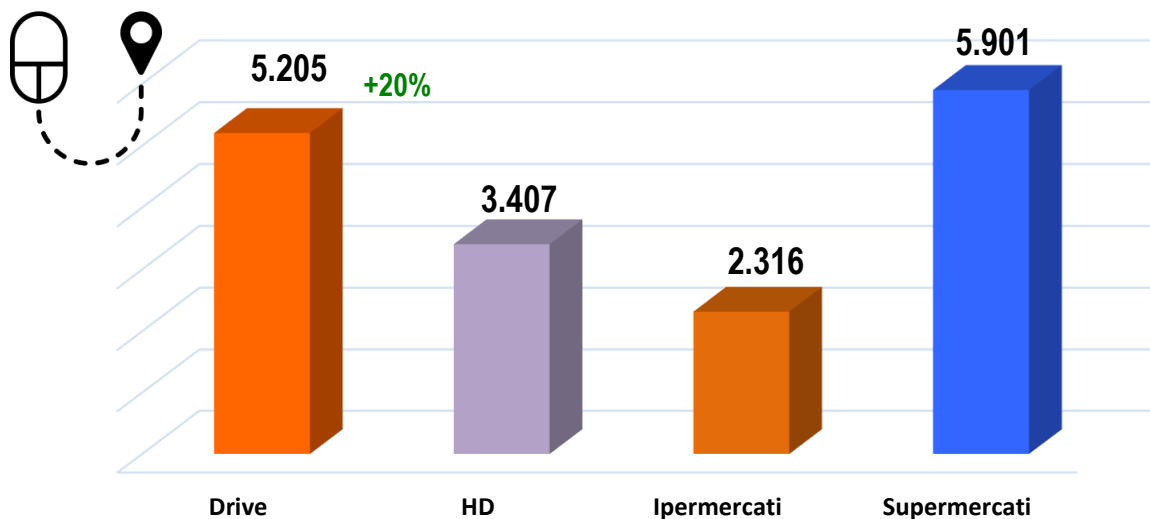
I dati in breve



- Primi **6 gruppi** si dividono l'**80%** del fatturato
- Quote di mercato in leggera flessione per **Casino, Carrefour e Auchan**, recuperano invece **Systeme U, Intermarché e Leclerc**
- Comune revisione di modello di business e **sviluppo pluricanale (offline+online)**

Come sta evolvendo la GDO: *drive* e consegna a domicilio

Parco GDO in Francia per tipologia punto vendita (2019)



I dati in breve

- **Boom dal 2010** del fenomeno Drive (fare la spesa **online** e ritirarla in negozio)
- Solo nel **2019** i punti vendita Drive sono **cresciuti del 20%** rispetto al 2018
- Il fatturato nei Drive è pari a **6,8 miliardi di euro** (+6% vs 2018)

Delivery



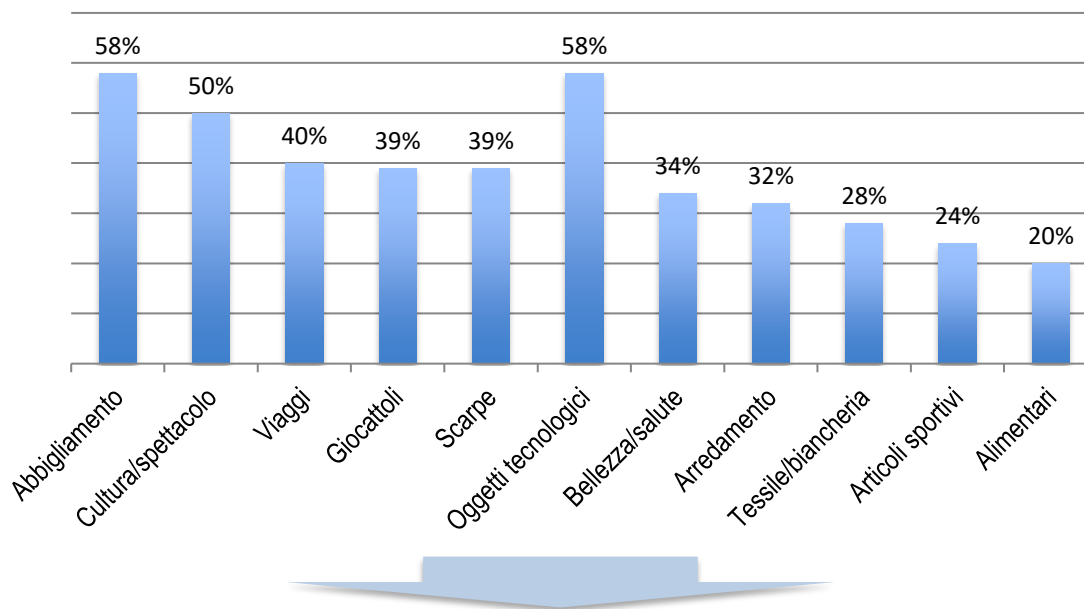
- **40% dei francesi** sceglie la **consegna a domicilio** di prodotti alimentari almeno una volta a settimana. Sarà il 55% nel 2021 (stima)
- **Picco di utenti durante epidemia Covid-19** (+120%)
- Ancora **grandi criticità** (catena del freddo, tempi lunghi, costi elevati)

Principali siti e-commerce Francia

- **Amazon:** quasi 30 milioni di utenti mensili
- **Cdiscount:** 20 milioni utenti
- **Fnac:** 14,4 milioni utenti
- **Veepee:** 13,4 milioni utenti
- **Booking.com:** 12,2 milioni utenti

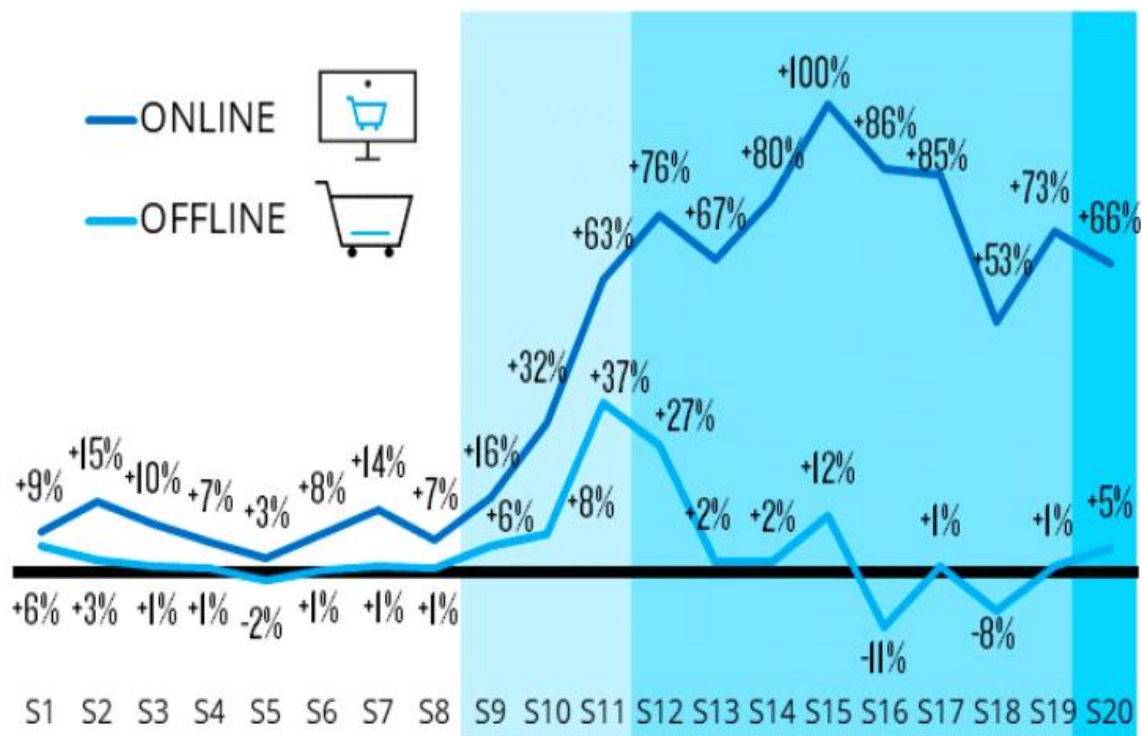


Acquisti online per categoria di prodotti (2019)



- *E-commerce* in Francia muove **92,6 miliardi di euro** nel 2018 (+13,4% vs 2017) e oltre 100 miliardi nel 2019.
- 10% del totale del commercio al dettaglio
- 5% per gli alimentari

Andamento spesa *online* settimanale (vs stesso periodo 2019)



Effetti del Covid-19

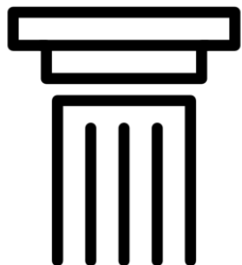


- Durante la quarantena **volumi raddoppiati rispetto al 2019**
- Aumento del 50% dei clienti *online*
- Aumento parallelo consumi *offline* e *online* dalla settimana 9 alla 11 (annuncio *lockdown* e panico)
- Valori *online* progressivamente in calo man mano che si stabilizza la situazione sanitaria
- Si delinea futuro **multicanale** (offline+online)

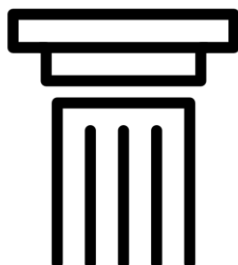
I tre pilastri dell'accordo Amazon - Casino



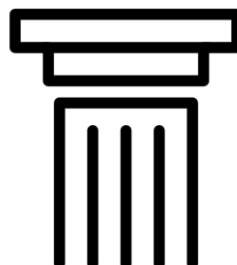
Commercializzazione
e di circa **3.500**
private label
del gruppo Casino su
Amazon



Estensione
dell'accordo fra
Monoprix e Amazon
Prime al di là della
regione di Parigi



Installazione di
Amazon Lockers in
1.000 negozio del
gruppo Casino



Perché l'accordo funziona?

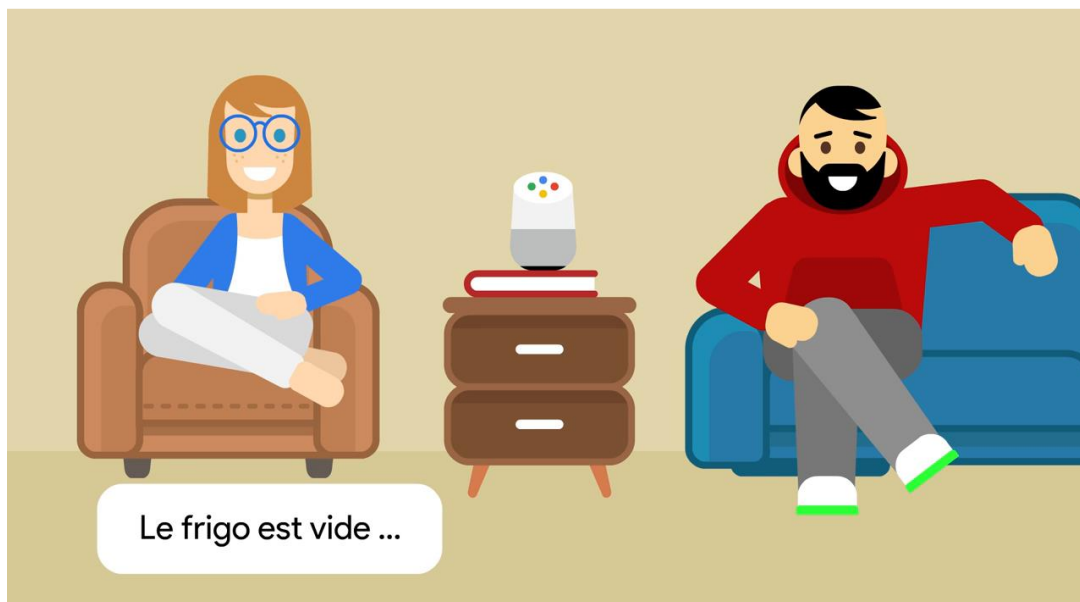


- Recupera il *gap* sui prodotti alimentari
- Ha accesso a 1.000 punti vendita per rendere più efficiente l'ultima fase della consegna e ridurre i costi
- Estende il proprio servizio a pagamento Prime



- Potenzia il modello multicanale attraverso la prima piattaforma mondiale di *e-commerce*
- Esternalizza la logistica
- Aumenta il volume di clienti

Una customer experience 100% digitale



La spesa a casa in 3 step

- 1) Acquisto diretto su sito Carrefour con comando vocale da *smartphone* o *google home*
- 2) *Checkout* automatico con carta registrata
- 3) Scelta fra ritiro o consegna a domicilio



Perché l'accordo funziona?



- Diventa piattaforma di e-commerce
- Aggiunge clienti su account e spinge su domotica Google (vedi video)
- Si aggiudica una commissione sul venduto



Carrefour

- Potenzia il modello multicanale
- Rende la spesa accessibile in qualsiasi momento e da ovunque
- Migliora accesso a *big data*

Il futuro sarà sempre più digitale? - SWOT Analysis

Punti di forza

1. Base di clienti elevata e sempre connessa
2. Limitato impatto shock esterni (vedi pandemia Covid)
3. Miglioramento flusso nei punti vendita



Punti di debolezza

1. Mancanza di strutture adeguate per consegna a tutta base clienti in tempi utili
2. Problema del "fresco"
3. Necessità di esternalizzare la consegna con conseguente erosione del margine
4. Arretratezza rispetto a grandi attori e-commerce come Amazon



Opportunità

1. Base di clienti potenziata
2. Minore necessità di punti vendita
3. Accesso ai *big data* con conoscenza *approfondita* *abitudini di acquisto*
4. Trasformazione digitale accelerata



Rischi

1. Margine ridotto
2. Dipendenza da grandi siti di e-commerce per visibilità
3. Cannibalizzazione da parte di giganti del web (vedi Amazon Lockers e Casino)



- *Boom e-commerce* più contenuto per l'alimentare vs commercio al dettaglio
- Epidemia Covid-19 ha spinto alle stelle le vendite *online* di prodotti alimentari ma i numeri stanno diminuendo con il ritorno alla normalità (Nielsen- FEVAD)
- Si delinea dunque per i grandi attori una strategia multicanale: *web-to-store*, consegna a domicilio e mantenimento punti vendita tradizionali
- I grandi attori della GDO si stanno tutti muovendo per migliorare la loro presenza *online*: aumento dei Drive, accordi con siti *e-commerce* e *high-tech*, *outsourcing* logistica
- Grandi sfide per gli attori dell GDO: come migliorare la propria presenza *online* e di conseguenza la loro logistica per le consegne? Dubbi tra organizzazione interna e *outsourcing*