



*La Futura Catena
del Valore per
i prodotti
alimentari di
largo consumo:
la sfida digitale*

Executive Summary

- **Consumer Goods Forum e Capgemini hanno focalizzato 3 iniziative strategiche:**

- ✓ Consumer Engagements Protocol
- ✓ Next Generation Product Identification
- ✓ Sustainable Packaging

- **Queste iniziative offrono, per le aziende del settore Alimentare di Largo consumo :**

- ✓ importanti opportunità di differenziazione ed efficienze operative attraverso le tecnologie digitali
- ✓ importanti sfide per i sistemi informativi tradizionali e per le operations di fabbrica

- **Comprendere queste tendenze e dotarsi di adeguate piattaforme tecnologiche flessibili permetterà alle aziende del settore più lungimiranti ed efficaci di innovare in modo continuo i propri prodotti e processi**

Contenuti

- **Future Value Chain 2022**

- ✓ Consumer Engagement Protocol
- ✓ Next Generation Activity
- ✓ Sustainable Packaging

La “Value Chain del Futuro” e la digitalizzazione

Alla ricerca di una visione comune nel settore dei Consumer Product

Il **Consumer Goods Forum** (TCGF) è un Network Globale che mette allo stesso tavolo i CEOs ed I Senior Manager di più di 650 retailers, manufacturers, service providers da 70 paesi .

Capgemini è il partner del TCGF nel Programma “**Future Value Chain**”.

Questo Programma definisce la “Visione Comune” nel settore Consumer Goods and Retail, ed è condiviso **dai 50 CEO's che formano il Board del TCGF**



650 companies
70 countries
2400 executives
1 global network

Future Value Chain 2022



- 400+ industry execs
- Workshops
- Trends research
- Crowd sourcing

Co-Chairs, Emerging Trends Steering Committee, CGF

Thomas Storck, Metro Group

Dr. Peter Florenz, Henkel

Co-Sponsors, The Consumer Goods Forum Board of Directors

Olaf Koch, CEO, Metro Group

Kasper Rorsted, CEO, Henkel

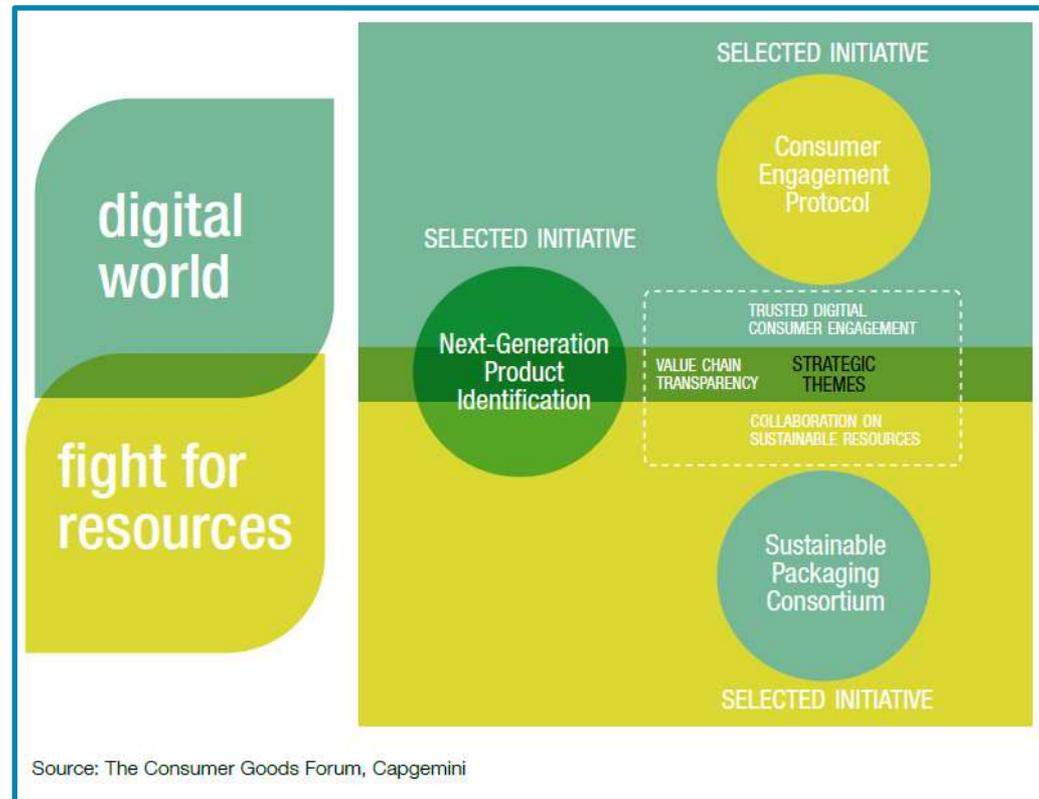
La “Value Chain del Futuro” e la digitalizzazione



La “Value Chain del Futuro” e la digitalizzazione

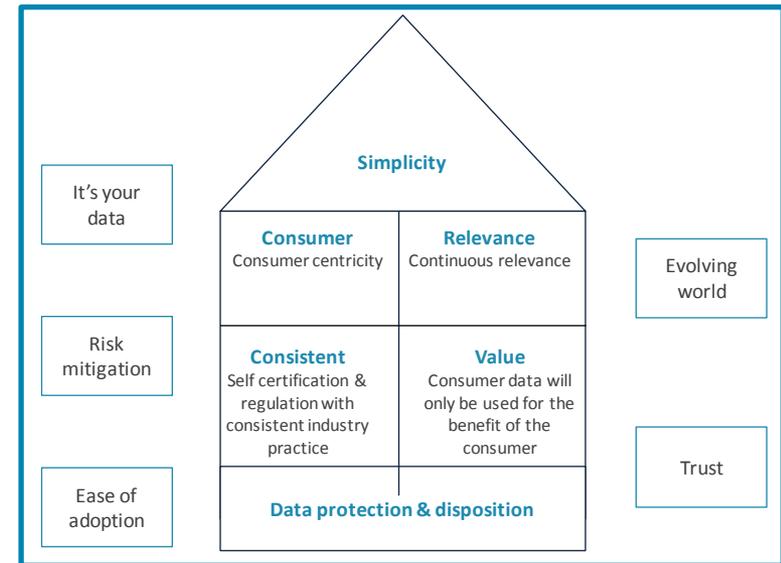
La digitalizzazione rappresenta un set fondamentale per la Value Chain del futuro

- La digitalizzazione della relazione con il Consumatore è uno dei temi centrali e soprattutto è diventato ormai prioritario pensare ad **una relazione digitale basata sulla fiducia**
- Regolare questa relazione attraverso lo sviluppo di un Codice di condotta o “Protocollo” per l’interazione digitale è quindi una delle iniziative prioritarie su cui stiamo continuando a lavorare



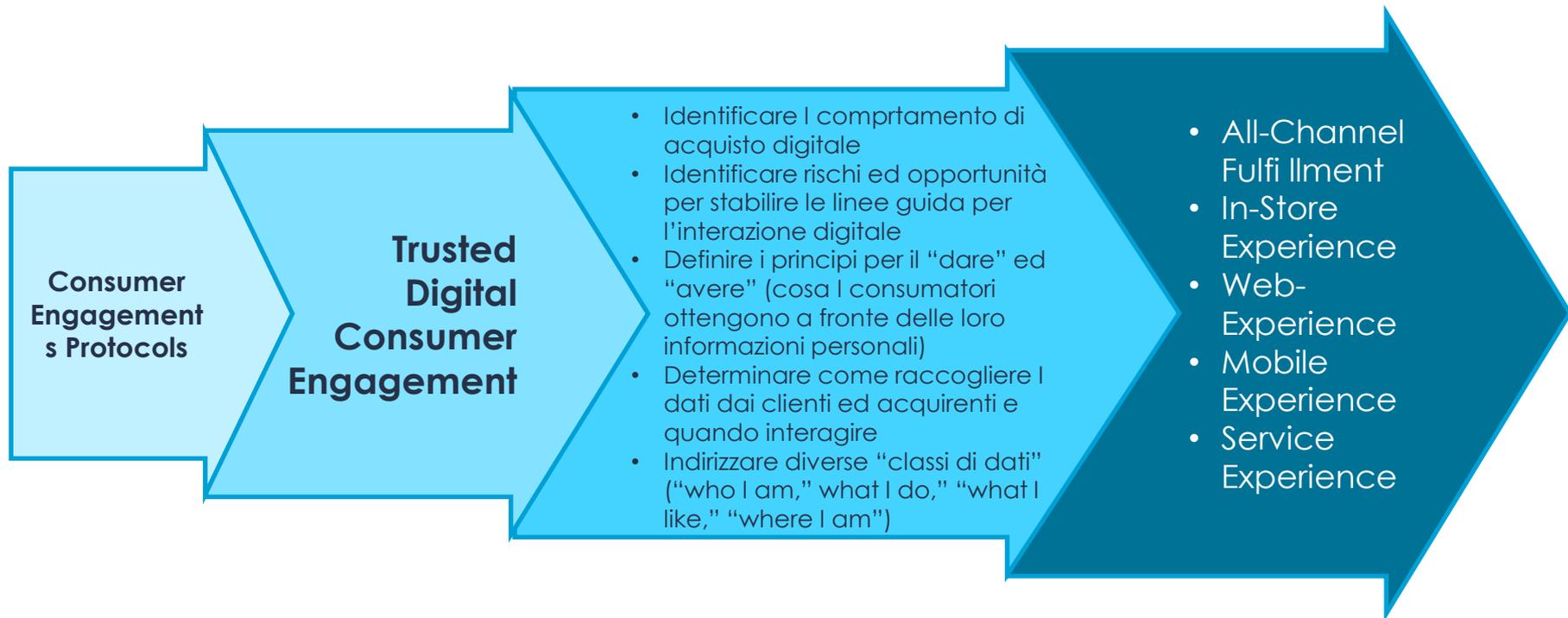
Consumer Engagement Protocol

Imparare dal consumatore e rispettarne la privacy nel mondo digitale



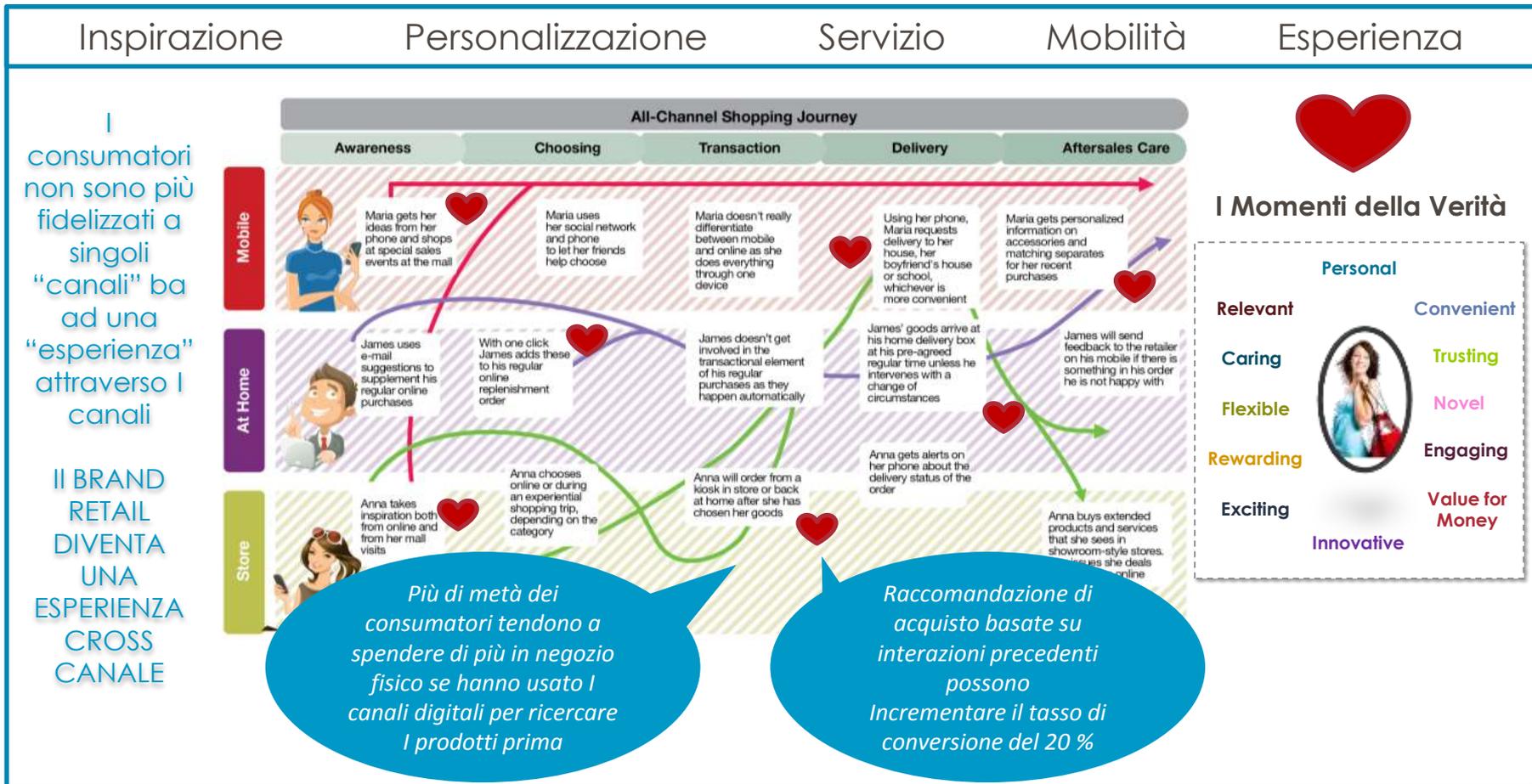
Consumer Engagement Protocol

Imparare dal consumatore e rispettarne la privacy nel mondo digitale



Consumer Engagement Protocol

Il consumatore differenzia i canali a seconda del tipo di esperienza e sensorialità



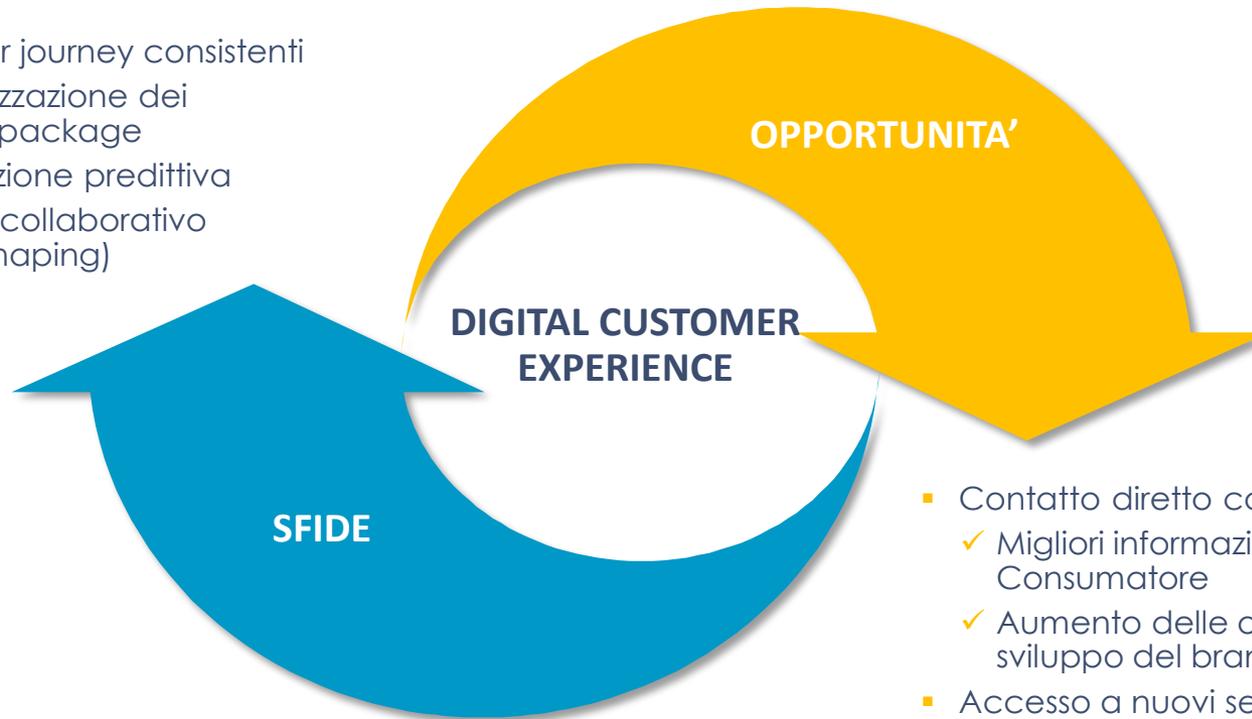
I consumatori non sono più fidelizzati a singoli "canali" ma ad una "esperienza" attraverso i canali

IL BRAND RETAIL DIVENTA UNA ESPERIENZA CROSS CANALE

Consumer Engagement Protocol

Sfide ed opportunità per la Fabbrica del Futuro

- Customer journey consistenti
- Personalizzazione dei prodotti/package
- Pianificazione predittiva
- Sviluppo collaborativo (Crowdshaping)



- Contatto diretto con il consumatore:
 - ✓ Migliori informazioni direttamente dal Consumatore
 - ✓ Aumento delle opportunità per lo sviluppo del brand
- Accesso a nuovi segmenti di mercato
- Nuovi modelli di business collegati ai servizi digitali

Il customer journey può guidare il cliente attraverso momenti di interazione di cui il Trade è solo uno delle componenti elementi

Consumer Engagement Protocol

Le sfide per i Sistemi Informativi della Fabbrica del Futuro

- Single View of Customer
- Omni-channel
- Mobile Marketing
- 3D Experience

**DIGITAL
CUSTOMER
EXPERIENCE**

- Predictive Demand Planning

**DEMAND
DRIVEN
SUPPLY
CHAIN**

**SINGLE
VIEW OF
TRUTH**

- Customer segmentation
- Recommendations/Promotions
- Guided selling

**PREDICTIVE
ANALYTICS**

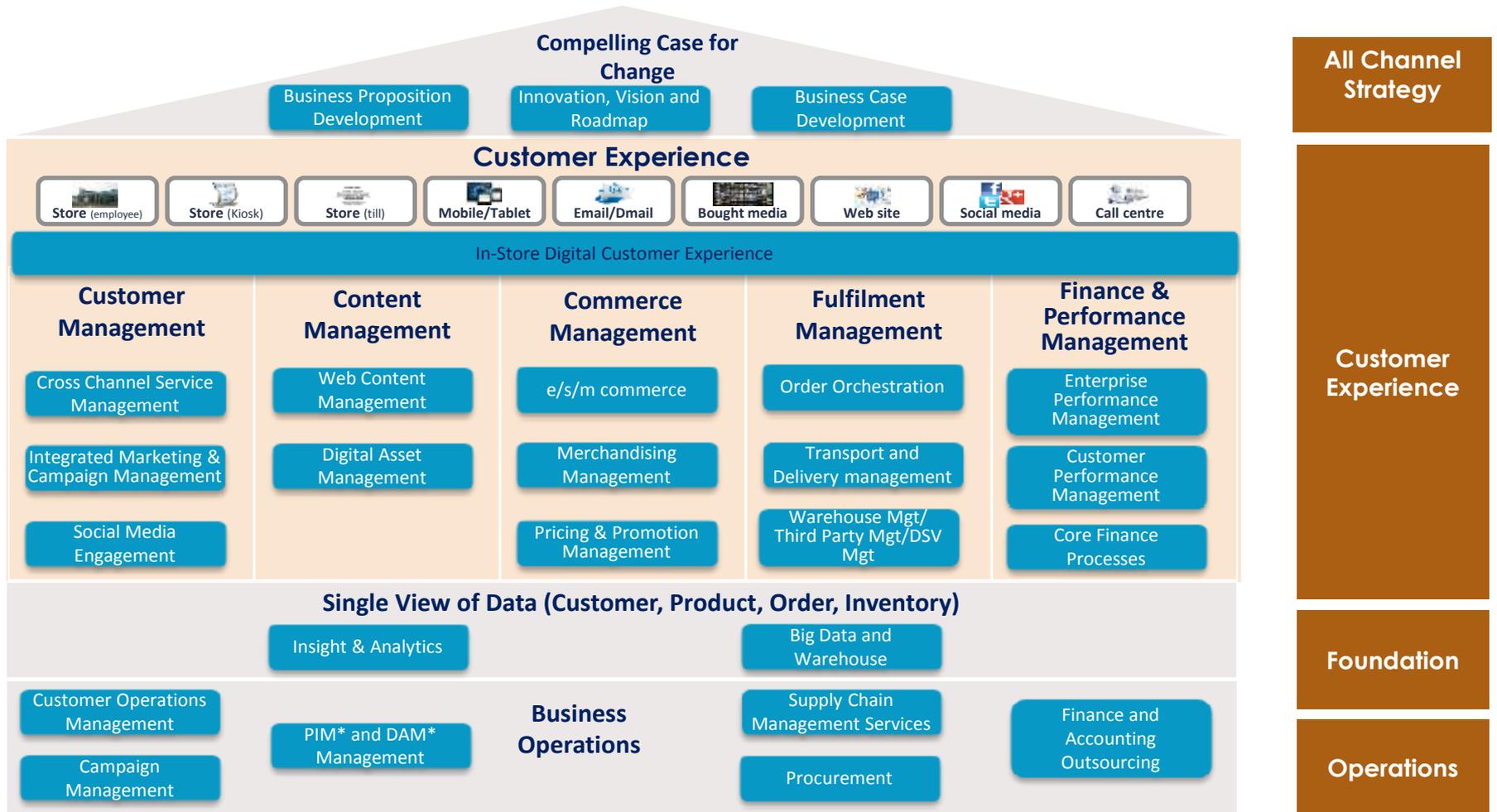
**OPERATIONAL
EFFICIENCY**

Technology Flexibility

Abbiamo sviluppato un portafoglio di soluzioni per supportare la trasformazione dei nostri clienti Consumer Products

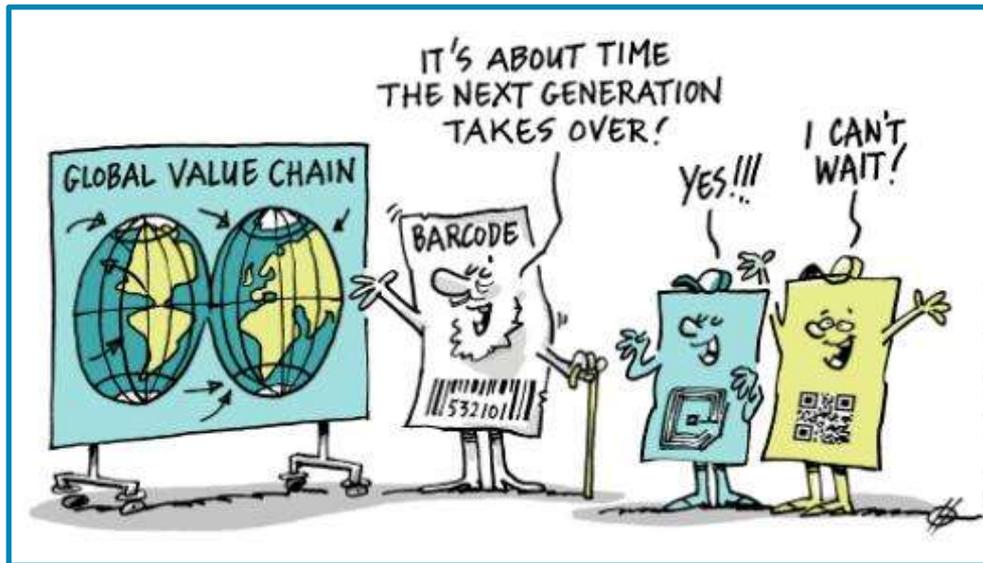
Consumer Engagement Protocol

L'approccio Capgemini alla Digital Customer experience



Consumer Engagement Protocol

Identificazione del prodotto per la trasparenza della value chain



Trasformare l'identificazione dei prodotti e le informazioni che si per rimpiazzare gli attuali bar-code con tecnologie più versatili e realizzare la tracciabilità della supply chain

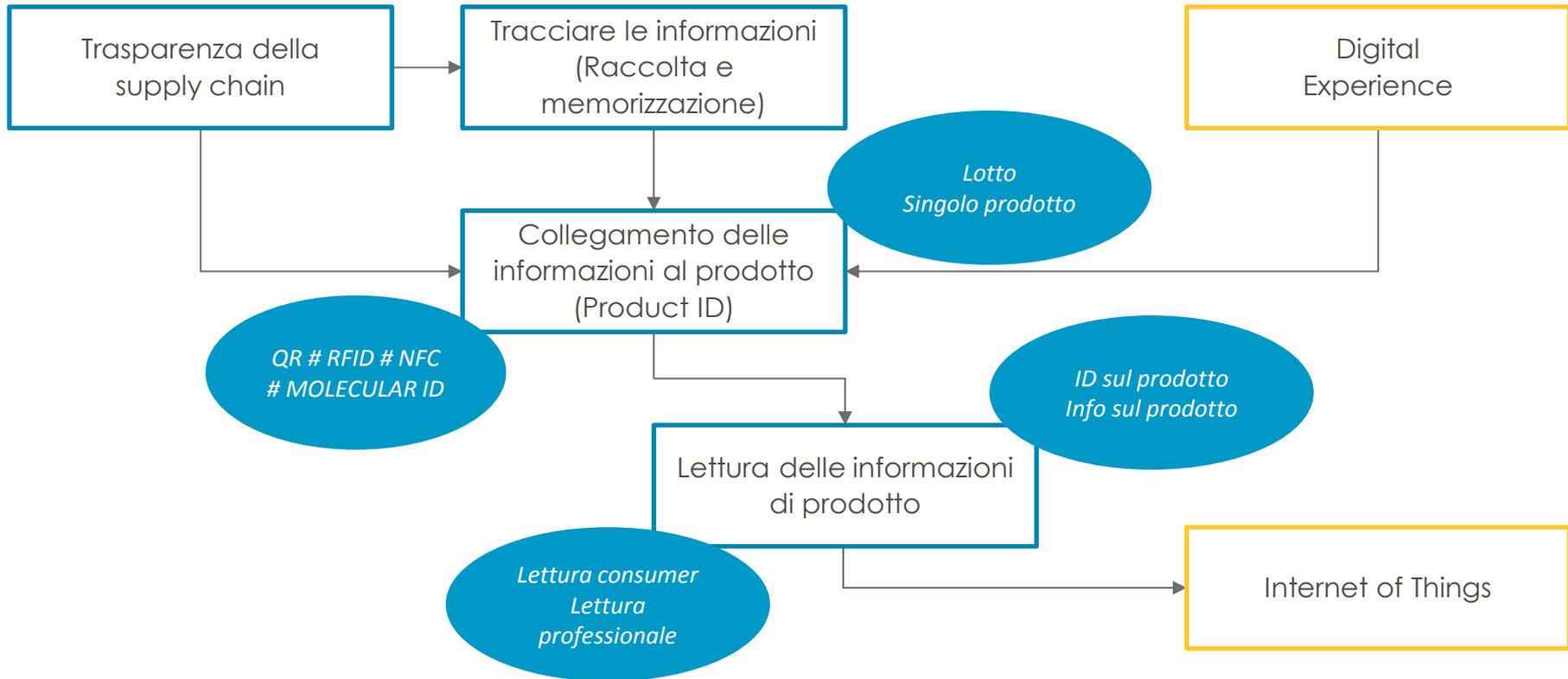
Consumer Engagement Protocol

Identificazione del prodotto per la trasparenza della value chain



Next Generation Product ID

Identificare il prodotto per collegarne il contenuto informativo



Next Generation Product ID

Identificazione del prodotto per gestire i rischi

Rischi della non tracciatura

Salute (livello Consumatore)

Rischi sanitari dovuti alla minore qualità del cibo

Scandali alimentari come la crisi BSE crisis o lo scandalo del metanolo

Immagine (livello Corporate)

Rischio di perdita di reputazione
In caso di scandalo

Legale (livello Corporate)

Rischio di rimborsi al produttore nel caso non riesca a tracciare la il fornitore

Alti costi di tracciatura internazioanle senza normative standardizzate

Lliability legali pubblici possono causare la chiusura dell'azienda

La necessità di misure legislative sulla tracciatura garantisce una più alta qualità e sicurezza alimentare

Già nel 2002 il parlamento Europeop European ha pubblicato la norma 178/2002 e fondato la European Food Safety Authority (efsa) per assicurare alti standard di qualità e sicurezza alimentare

Next Generation Product ID

Sfide ed opportunità per la Fabbrica del Futuro

- Unica vista delle informazioni di prodotto
- Integrazione dello smart labelling nel processo produttivo
- Tracciatura lotti di materie prime# produzione#package
- Tracciatura distribuzione prodotto



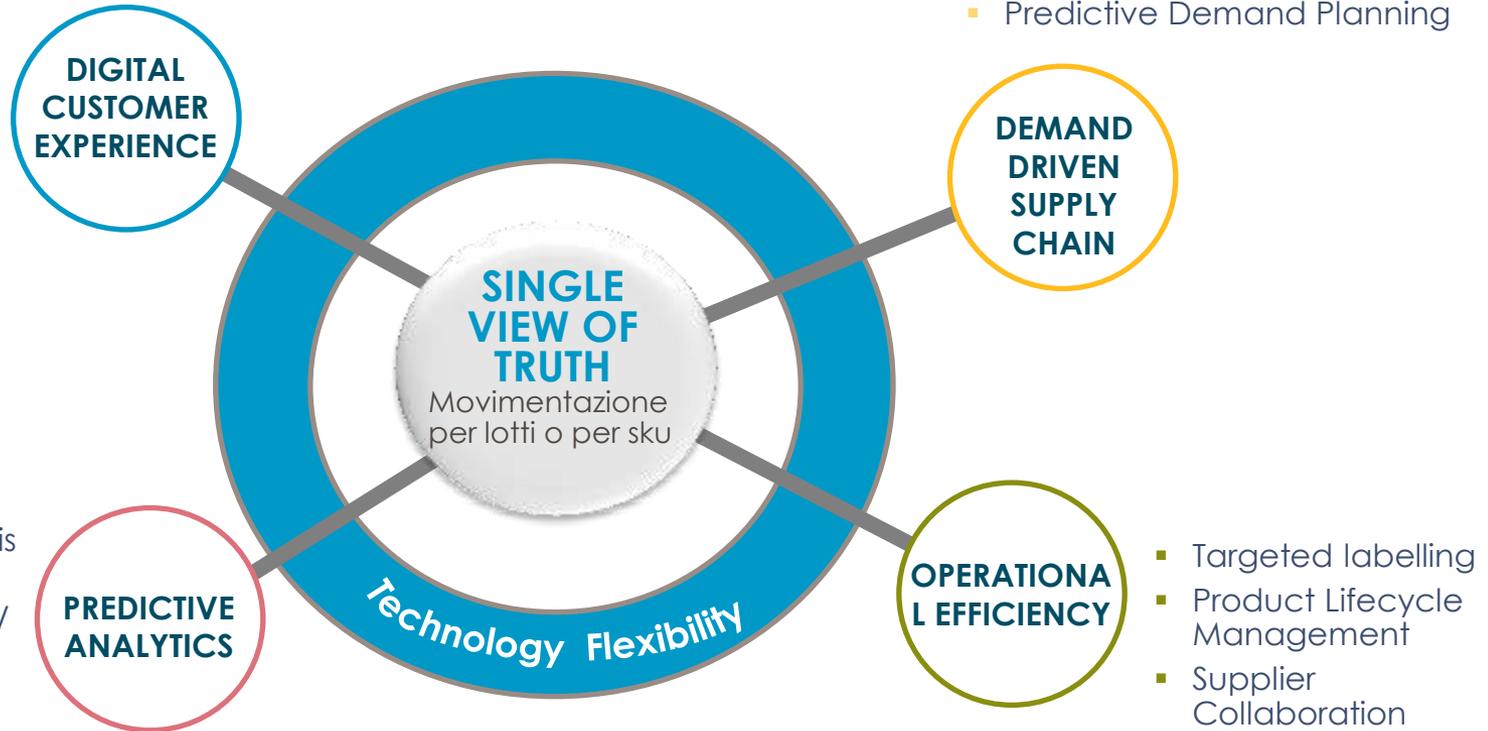
- Sviluppare una migliore esperienza del consumatore all'acquisto
- Valorizzare prodotti di qualità
- Collegare iniziative di micromarketing e promozioni personalizzate
- Semplificare i processi di gestione delle informazioni di prodotto

Next Generation Product ID

Le sfide per i Sistemi Informativi della Fabbrica del Futuro

- Single View of Product
- Mobile Marketing

- Predictive Demand Planning



Abbiamo sviluppato un portafoglio di soluzioni per supportare la trasformazione dei nostri clienti Consumer Products

Sustainable Packaging

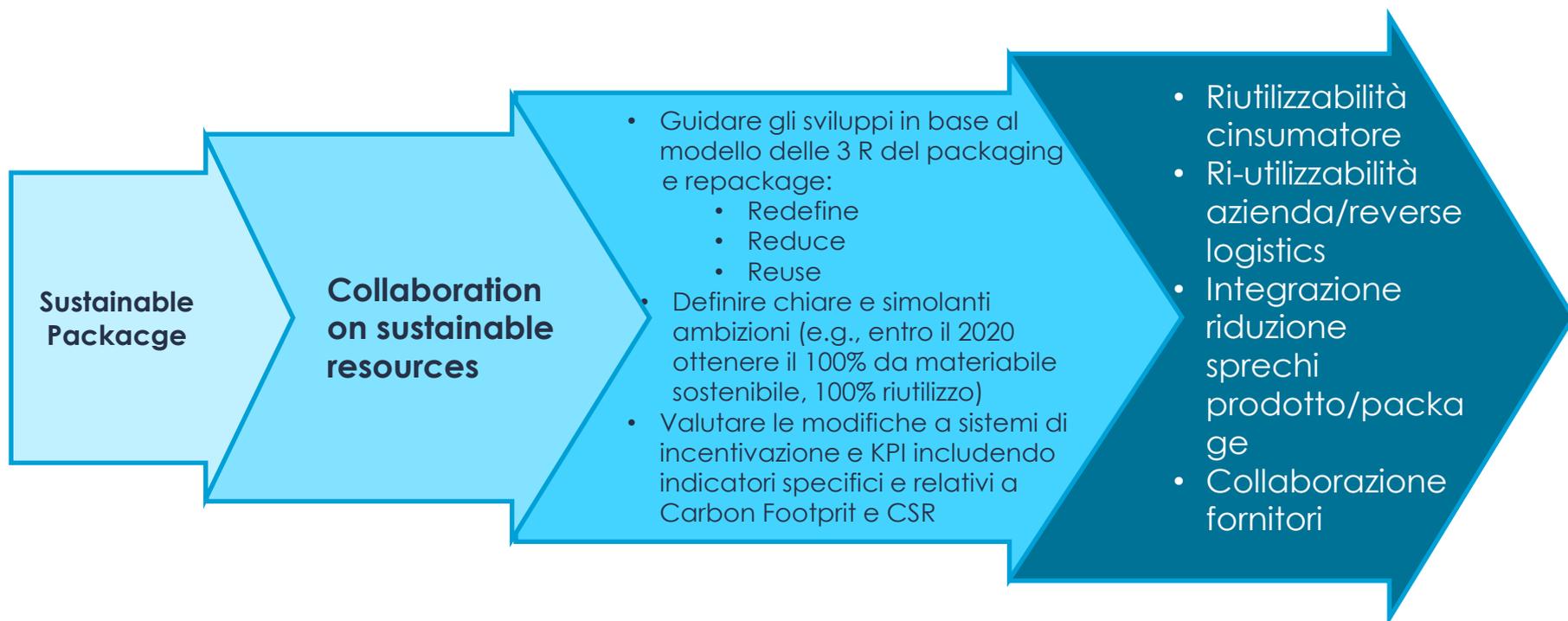
Responsabilità Sociale e “Guilt Free Consumption”



Migliorare la sostenibilità del package attraverso diverse sezioni della catena del valore, derivando i principi dall'idea di collaborazione sugli standard e processi per il sourcing ed il riutilizzo dei package

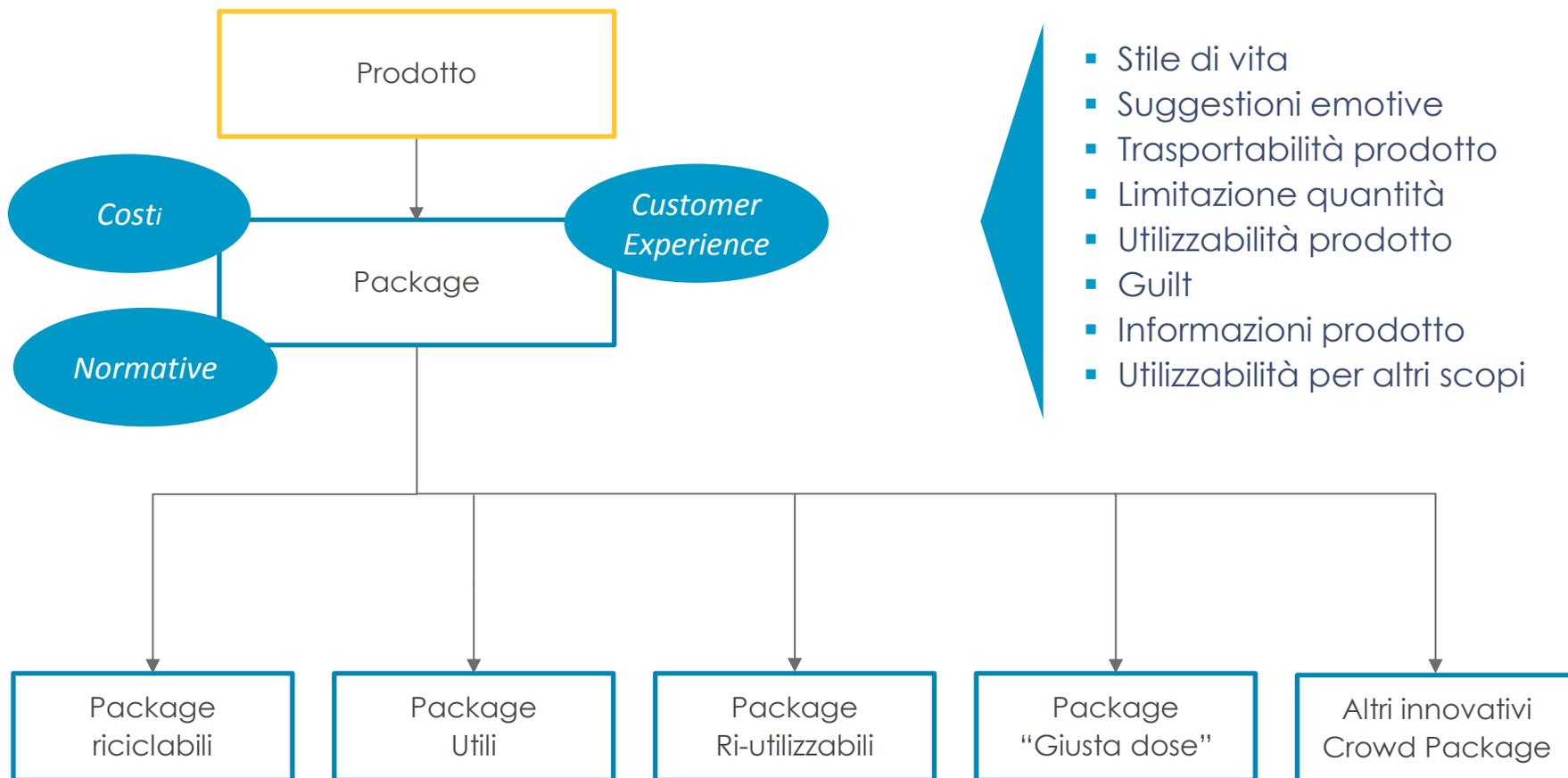
Sustainable Packaging

Responsabilità Sociale e “Guilt Free Consumption”



Sustainable Packaging

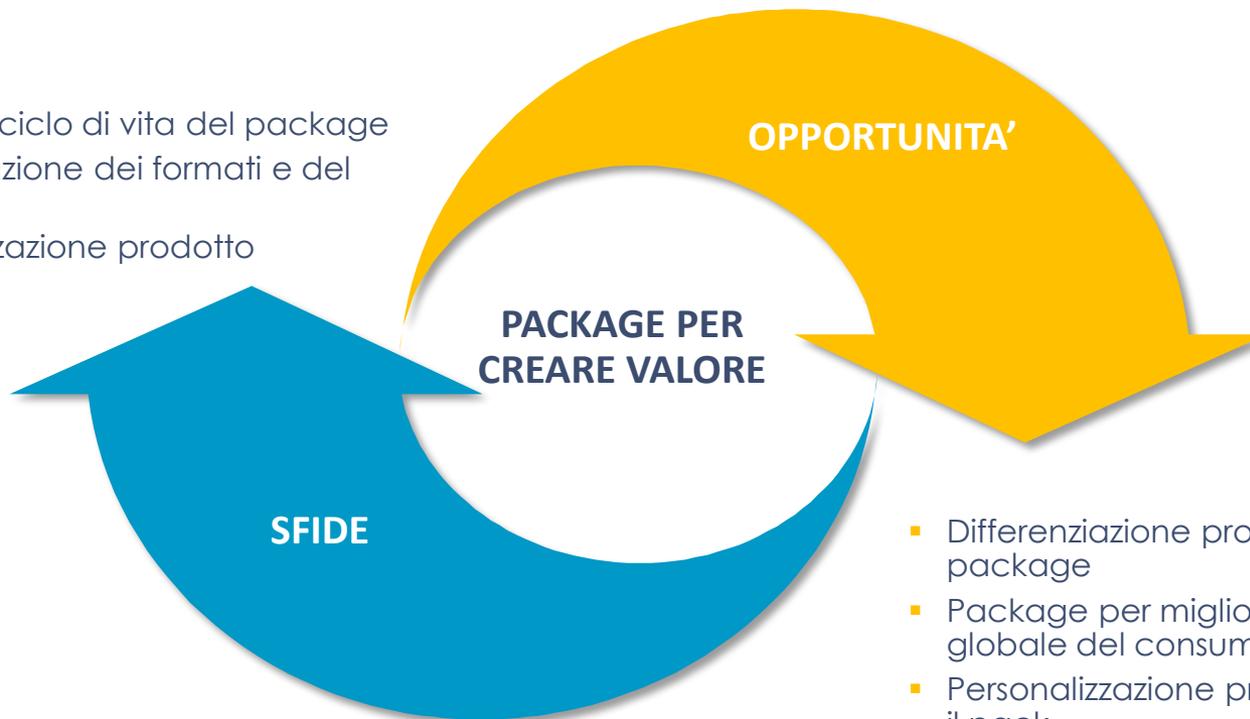
Package come elemento di interazione fondamentale con il consumatore



Sustainable Packaging

Sfide ed opportunità per la Fabbrica del Futuro

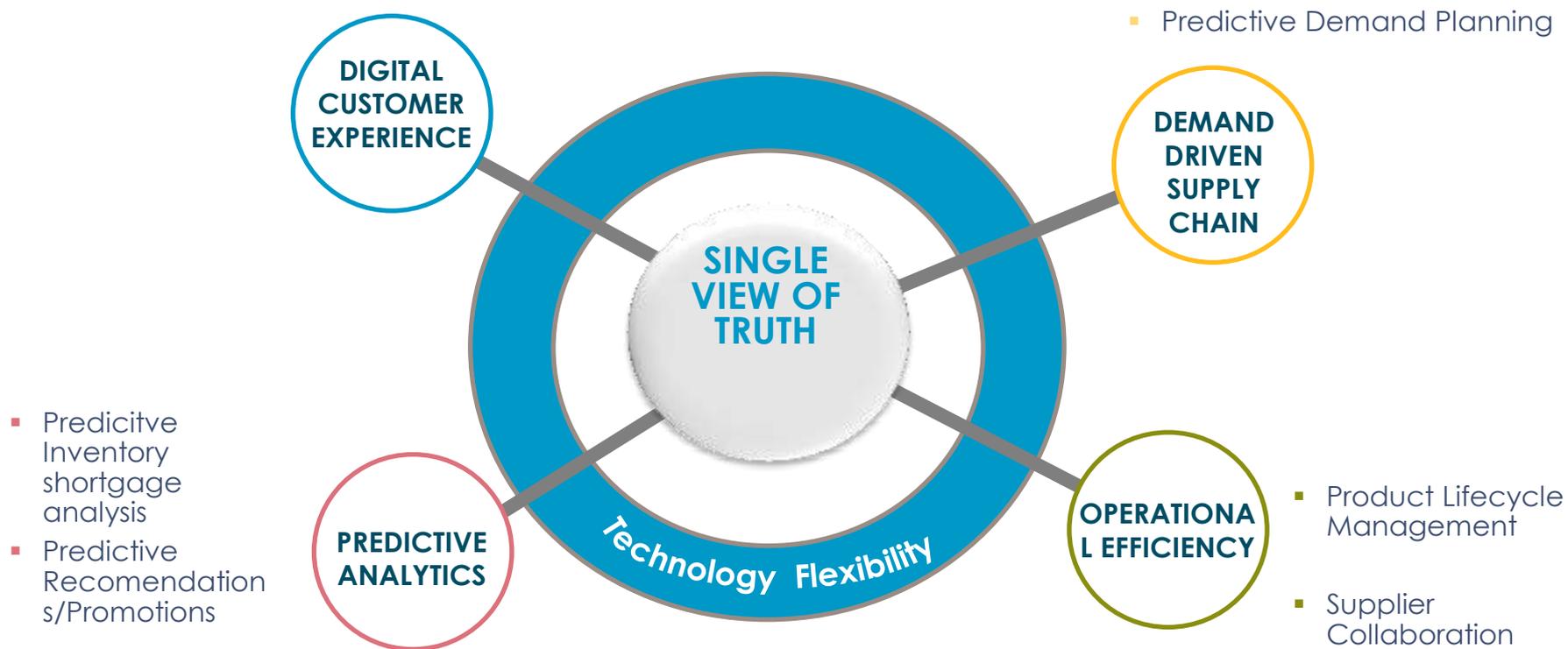
- Riduzione ciclo di vita del package
- Differenziazione dei formati e del package
- Personalizzazione prodotto



- Differenziazione prodotto attraverso il package
- Package per migliorare l'esperienza globale del consumatore
- Personalizzazione prodotto attraverso il pack
- Rendere efficienti processi logistici

Sustainable Packaging

Le sfide per i Sistemi Informativi della Fabbrica del Futuro





About Capgemini

Con 120.000 dipendenti in 40 paesi nel mondo, Capgemini è una delle maggiori multinazionali di Management Consulting, Information Technology e Outsourcing. Nel 2011 il Gruppo ha registrato ricavi per 9,7 miliardi di euro. Insieme con i propri Clienti, Capgemini elabora e implementa soluzioni di business e soluzioni tecnologiche adatte alle loro esigenze e ai risultati attesi.

Una organizzazione profondamente multi-culturale, un modo unico e distintivo di lavorare - la Collaborative Business Experience™ - e un modello globale di delivery distribuita chiamato Rightshore®, da sempre distinguono il Gruppo Capgemini.

L'offerta Capgemini Italia è orientata verso questi mercati: Financial Services, Energy & Utilities, Manufacturing, Automotive, Consumer Products, Retail & Distribution, Public Administration, Telecom Media & Entertainment.

Capgemini Italia ha registrato nel 2011 un fatturato di 170 milioni di euro. A seguito della recente acquisizione del Gruppo AIVE - importante azienda italiana di soluzioni software e servizi professionali per grandi e medie organizzazioni - oggi Capgemini Italia conta su oltre 2.400 professionisti dislocati su 13 sedi in Italia.



www.it.capgemini.com

