

# La sfida del pesciolino rosso

**VALENTINA HOLZNER**

*Head of Consumer Insight – Nestlé Italy*

# Il consumatore è cambiato



**Digitalmente connesso**



**«Smart» e aperto alle novità**



**Attento a temi relativi a salute e nutrizione**

# Stiamo vivendo grandi trasformazioni

## Logistics



## Nuovi Modelli di business



## Nuovi Servizi



## Pagamenti



## Merchant Evolution



**Il consumatore è sempre connesso e molto molto distratto  
Il livello di attenzione delle persone diminuisce anno dopo anno ...**

**2000**



**12 SEC.**

**2013**



**8 SEC.**

**2016**



**5 SEC.**

**2018**



**2,8 SEC.**

# IN FACT,

Scientists reckon we now have shorter attention spans than goldfish







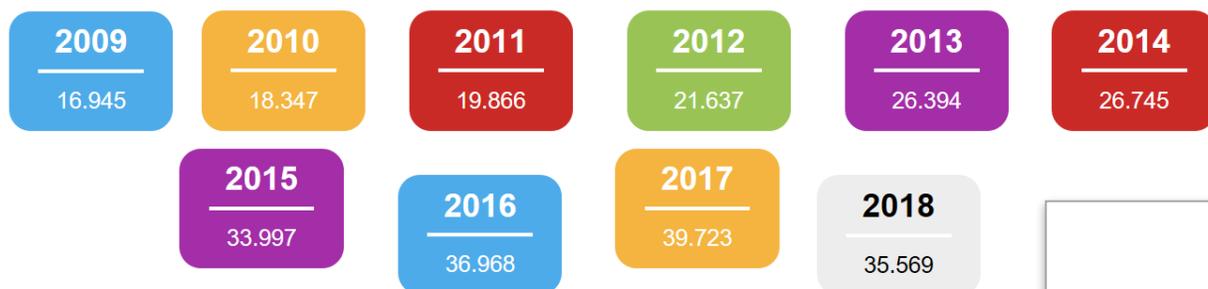
Tanti prodotti fra cui scegliere ...

>40.000 SKU's  
Ipermercato

>100.000 SKU's  
Amazon

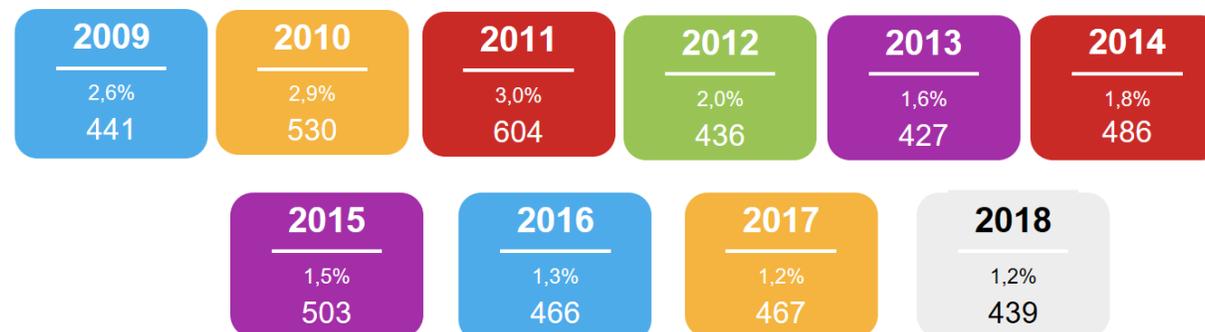
# Tanta innovazione sul mercato, ma poco successo

## NUOVI CODICI EAN | HYPER+SUPER+SUPERETTES



## % NUOVI CODICI EAN DI SUCCESSO | HYPER+SUPER+SUPERETTES

Nuove Referenze con ponderata > 30% o con vendite medie settimanali > 30.000€\*\*



Source: Nielsen Trade\*Mis – Iper + Super+ Superettes \*\*KPI calcolati a chiusura anno solare del periodo di lancio

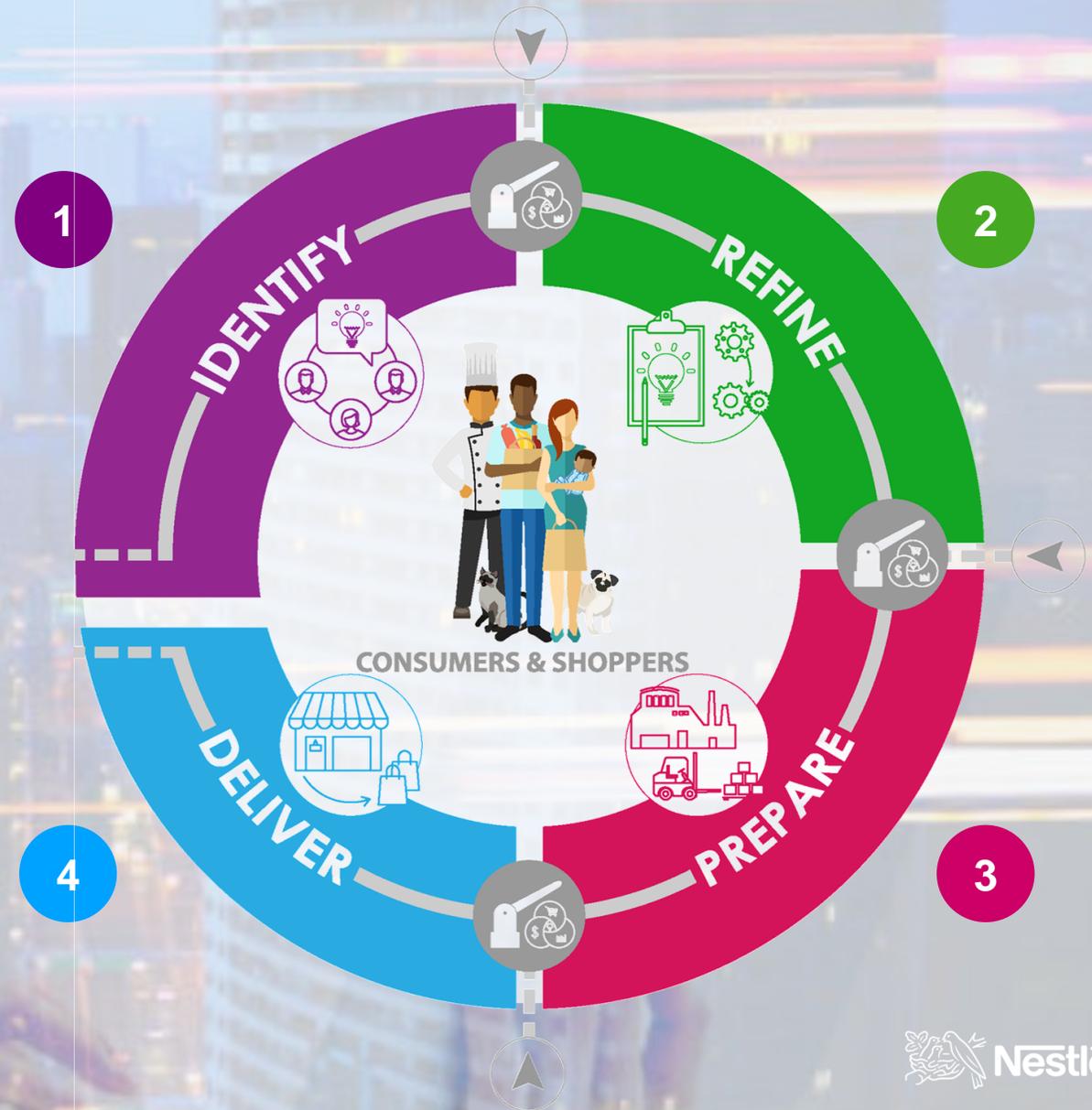
# RILEVANZA

# Per Nestlé: 3 elementi chiave nel processo di innovazione

Consumer Centricity

Agility

Speed





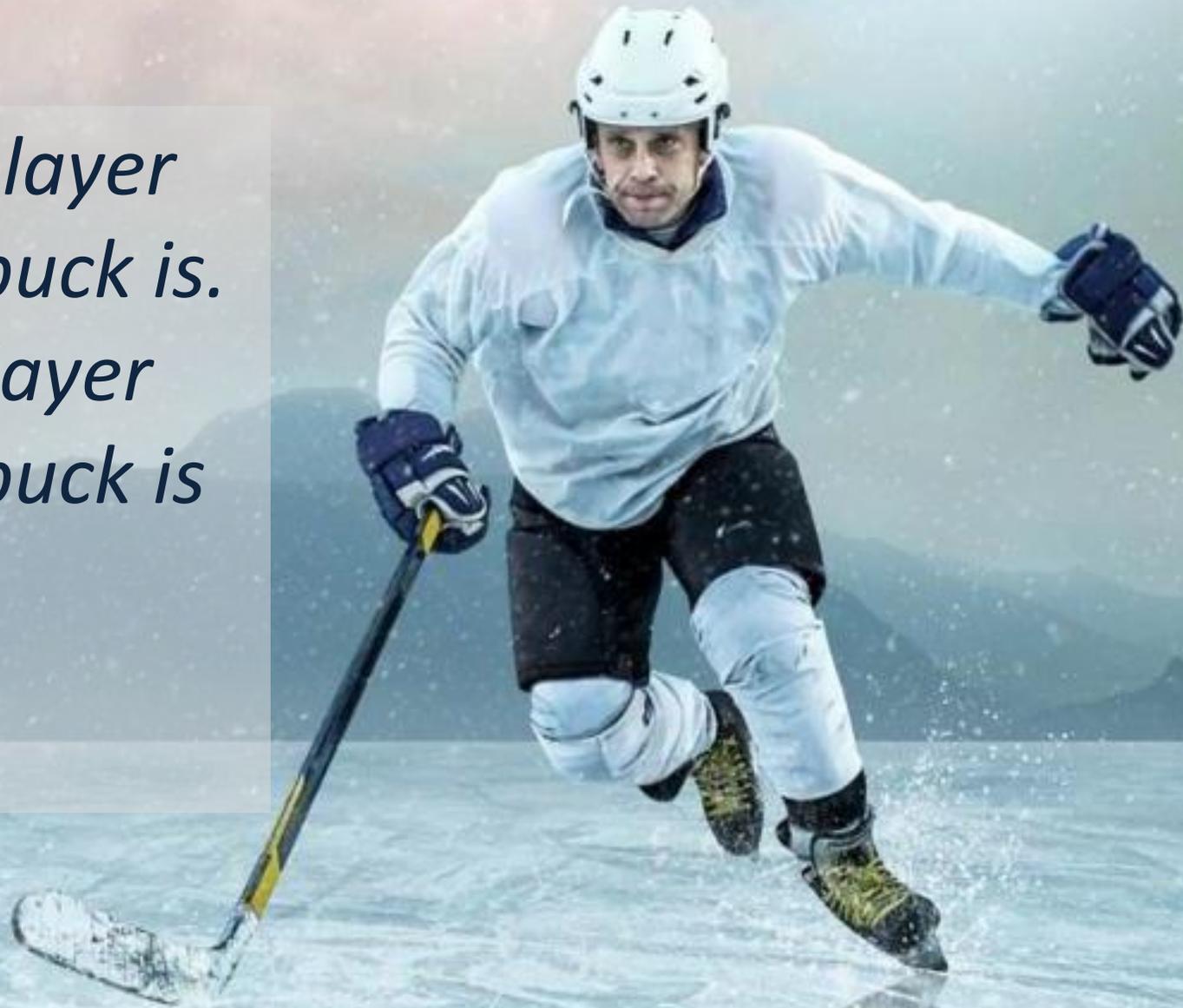
SSIO at about

# Digital Acceleration Team



*"A good hockey player plays where the puck is. A great hockey player plays where the puck is going to be."*

*Wayne Gretzky*



 ASSIRM

# MRF19

KNOWLEDGE,  
NETWORKING,  
GROWTH.

