



PARMA.10|11 APRILE.2019

CONVEGNI CIBUS CONNECT 2019

10 APRILE

MATTINO

10.30 – 12.30

INTERNATIONAL RETAILERS THEATRE

OPENING SESSION FATTORI COMPETITIVI DELL' AGROALIMENTARE ITALIANO: FOCUS SUL MEZZOGIORNO OPPORTUNITA' E SFIDE FUTURE

In collaborazione con Ismea

POMERIGGIO

14.30 – 16.30

INTERNATIONAL RETAILERS THEATRE

DAL CATEGORY MANAGEMENT ALLA SUPPLY CHAIN STRATEGY: BEST CASE HISTORY INTERNAZIONALI NEL RAPPORTO TRA DISTRIBUZIONE E INDUSTRIA ALIMENTARE

In collaborazione con PwC e Gdoweb / Mark Up

11 APRILE

MATTINO

10.30 – 12.30

INTERNATIONAL RETAILERS THEATRE

PREMIUM BRAND E PREMIUM STORE BRAND: DRIVERS DI SVILUPPO DEL RETAIL FOOD

In collaborazione con Gruppo Food

POMERIGGIO

14.30 – 16.30

INTERNATIONAL RETAILERS THEATRE

LA PROMOZIONE DEI PRODOTTI ITALIANI NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE

Organizzato da Prof. Paolo Palomba, Managing Partner Expertise on Field in collaborazione con Deloitte

14.30 – 16.30

FOOD VISION LAB

RETAIL FUTURE > IDEE, TECNOLOGIE E SFIDE PER L'ESPERIENZE SHOPPING & RETAIL DI DOMANI

Organizzato da Retail Institute





PARMA.10|11 APRILE.2019

OPENING SESSION FATTORI COMPETITIVI DELL'AGROALIMENTARE ITALIANO:

FOCUS SUL MEZZOGIORNO OPPORTUNITA E SFIDE FUTURE

Ismea e Cibus in collaborazione con Federalimentare, stanno conducendo il *"Rapporto sulla competitività dell'agroalimentare nel Mezzogiorno"* che sarà presentato in anteprima al Convegno inaugurale di Cibus Connect 2019 a Parma il 10 aprile 2019.

Lo studio si prefigge come obiettivo quello di identificare e analizzare i nuovi comportamenti delle imprese agroalimentari del Mezzogiorno sia rispetto al mercato interno ed estero (con particolare riferimento alle esportazioni) sia nei confronti degli altri attori delle filiere (accordi con la GDO, approvvigionamenti delle materie prime, ecc.).

DAL CATEGORY MANAGEMENT ALLA SUPPLY CHAIN STRATEGY: BEST CASE HISTORY INTERNAZIONALI NEL RAPPORTO TRA DISTRIBUZIONE E INDUSTRIA ALIMENTARE

Uno dei 4 workshop principali verrà co-organizzato con PwC, primaria società di consulenza e con contenuti proposti da Cristina Lazzati, Capo Redattore delle riviste Mark UP, Gdoweb, Fresh Point Magazines, moderatrice della sessione.

Il workshop sarà dedicato al tema *"Dal category management al supply chain management: i best case internazionali di collaborazione per distribuzione e industria agroalimentare"* e saranno presenti sul palco i rappresentanti di 4 top retailer nazionali ed internazionali: dal Giappone Hankyu Oasis, Amazon, Unes Viaggiator Goloso ed il retailer cinese Hema che per la prima volta parteciperà ad un convegno in Italia. Ognuno di loro illustrerà il proprio approccio strategico all'approvvigionamento di prodotti agroalimentari - con un'attenzione particolare all'Authentic Italian -, per trasformare la collaborazione in un vantaggio competitivo, grazie ad un format nuovo ed efficiente sul mercato di riferimento.

PREMIUM BRAND E PREMIUM STORE BRAND.

DRIVERS DI SVILUPPO DEL RETAIL FOOD

Il convegno organizzato da Gruppo Food, offrirà un'occasione di riflessione e dibattito sul ruolo dei prodotti premium nella crescita dell'agroalimentare italiano, in Italia e all'estero. Doxa e Iri tradurranno in cifre il successo delle referenze premium, analizzando quanto siano apprezzate oggi dal consumatore e perché, ma anche in quali comparti e categorie stanno performando meglio. La testimonianza di retailer italiani e internazionali come Jumbo farà toccare con mano quanto le nostre eccellenze rappresentino un valore aggiunto per i protagonisti della distribuzione. Infine le case history di imprese come De Cecco, Mutti, Zanetti e Novi e gli stimoli del Retail Lab dell'Università di Parma saranno il punto di partenza per un tavolo di discussione su cosa significhi oggi avere un posizionamento premium in termini di identità di marca, sia industriale che del distributore.



PARMA.10|11 APRILE.2019

LA PROMOZIONE DEI PRODOTTI ITALIANI NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALE

Dallo scaffale al carrello: le promozioni combinate e “cross-category” di successo dei prodotti italiani per lo sviluppo delle vendite nella grande distribuzione internazionale.

“Conquistare lo scaffale nella GDO è una tappa importante, ma è solo un punto di partenza: abbiamo poche settimane per convincere gli shopper a mettere, ripetutamente e numerosi, nei propri carrelli i prodotti e generare rotazione” (Paolo Palomba - BBS MBA, EXPERTISE ON FIELD, IPLC – Moderatore del WORKSHOP).

Dopo un flash sugli scenari internazionali del retail e sulla efficacia delle promozioni “in-store”, vedremo l’esperienza di retailer leader in Europa, dalla voce dei loro manager e riferita ai prodotti italiani. Promozioni “cross-category”, di fidelizzazione, combinate per occasione di consumo, ecc. nel punto vendita, non generano gli stessi risultati e sono l’occasione per l’avvio di una proficua e lunga collaborazione tra produttore e retailer.

In collaborazione con Expertise On Field/IPLC Italia, dialogheremo anche con: Deloitte Italia, Edeka Centrale, E. LECLERC, CONAD Centrale, IPLC.

RETAIL FUTURE > IDEE, TECNOLOGIE E SFIDE PER L’ESPERIENZE SHOPPING & RETAIL DI DOMANI

Il workshop porterà in scena i best case internazionali e i possibili scenari futuri per l’utilizzo di intelligenze artificiali e tecnologie smart per migliorare ed arricchire la consumer experience presso il punto di vendita, con un focus particolare su category food e grocery. La sessione vedrà la partecipazione di 3 top retailer internazionali che illustreranno la propria strategia per affrontare questa sfida e convertirla in vantaggio competitivo per meglio servire i clienti nel mercato di riferimento.