



## Analisi strategica GDO USA

*ICE Chicago*

## United States of America



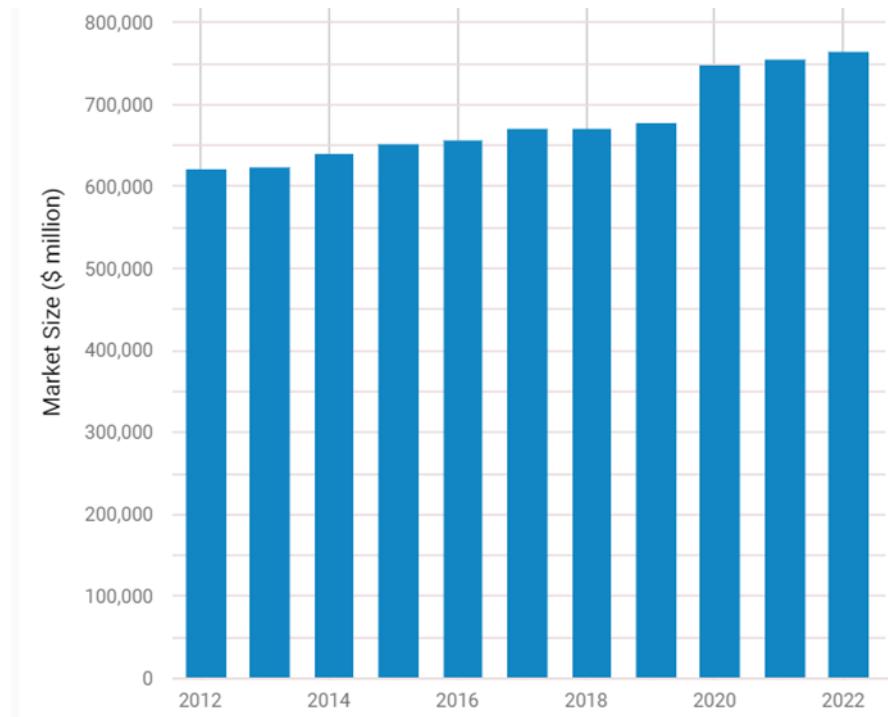
- 50 Stati
- >330M abitanti
- PIL \$22,94 trili<sup>1</sup>
- 3,6% Disoccupazione
- 8,5% Inflazione

<sup>1</sup><https://www.infodata.ilsole24ore.com/2021/12/29/quanto-vale-il-pil-globale-nel-2021-infographic/>

<sup>2-3</sup> Fonte IBISWORLD Supermarkets & Grocery Stores in the US (dicembre 2021)

## “SUPERMARKETS & GROCERY STORES” NEGLI USA

### Il mercato negli ultimi 10 anni (2012-2022)



**\$765,2 miliardi<sup>1</sup> vendite**



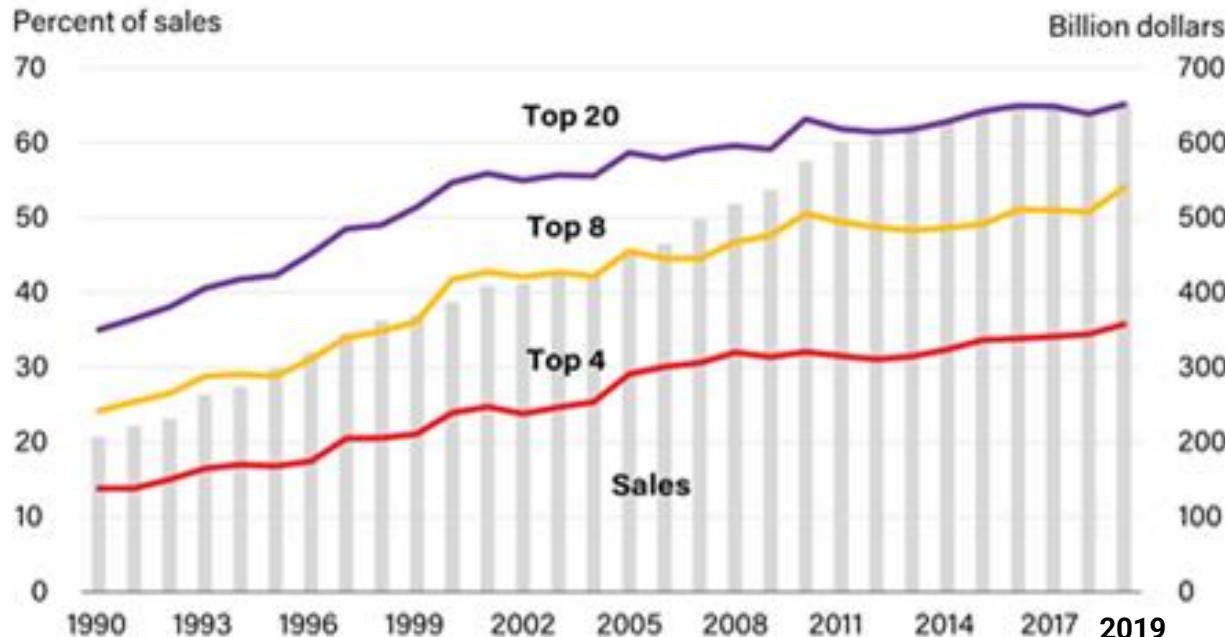
**63.419 punti vendita**

<sup>1</sup> Fonte IBISWORLD Supermarkets & Grocery Stores in the US (dicembre 2021)  
<https://www.ibisworld.com/industry-statistics/market-size/supermarkets-grocery-stores-united-states/>

## Alta concentrazione del mercato

### Top 4, 8, and 20 firms' share of U.S. food sales, 1990-2019

The share of food sales at supermarkets, other grocery stores, warehouse clubs, and supercenters of the top 4, 8, and 20 retailers trended upwards for the last three decades



**TOP 4**

#1 Walmart

#2 Kroger

#3 Albertsons

#4 Target

Source: USDA Economic Research Service  
using data from US Department of  
Commerce, Bureau of Census, and National  
Establishment Time Series

## Punti Vendita Tradizionali

### Traditional Supermarket

Fatturato annuo > \$2 M. Vendita prodotti non-food <15-20%  
Circa 35.000 negli Stati Uniti.

### Fresh Format

Focus su frutta, verdura, prodotti naturali, biologici, etnici e di nicchia  
("specialty foods") - per. es The Fresh Market

### Warehouse Store

Negozi dall'aspetto più simile a un magazzino. I prodotti sono spesso venduti in formati grandi. Tipologia di negozio più diffusa negli anni '80.

### Super Warehouse

A metà tra un *supermercato tradizionale* e un *Warehouse store*. Acquistano spesso grandi volumi a prezzi scontati. Es. Smart & Final.

### Limited-Assortment Store

Negozi con limitato assortimento di prodotti (<2,000 SKUs) a prezzi moderati o bassi. Per es. Aldi, Trader Joe's e Save-A-Lot.

## Punti Vendita Non-Tradizionali

### Wholesale Club Store

Negozi di grandi superfici (>10.000mq) a metà tra il grossista e dettagliante con molteplici categorie di prodotti e una selezione limitata per ciascuna categoria. Ingresso solo con membership. Ambiente spoglio, sembrano magazzini.  
Es. Sam's Club, Costco, and BJ's.

### Supercenters

Negozi di grandi superfici (>15.000mq) con ampia selezione di prodotti (40% ca. e' food) a prezzi convenienti.  
Es. Walmart Supercenters, Super Target, Meijer e Fred Meyer.

### Dollar Store

Negozi di piccole dimensioni che praticano una politica prezzi aggressiva. La selezione prodotti ora include anche tra il 20 e il 66% di prodotti alimentari.  
Es. Dollar General, Dollar Tree e Family Dollar.

### Drug Store

Catene di farmacie. Assortimento ampio di prodotti stagionali e di generi vari alimentari e non. (Prescrizioni mediche<20% fatturato). Es. Walgreens e CVS.

### Convenience Store

Piccoli negozi che vendono prodotti di uso quotidiano come caffè, snack, caramelle, bevande analcoliche, articoli da tabacco, medicinali da banco, giornali, prodotti per l'igiene personale

## LE CATENE GDO NEGLI USA



Le catene GDO negli USA possono essere:

- Catene nazionali
- Catene regionali

Le catene di supermercati sono il canale principale per la vendita di prodotti agroalimentari negli USA

Catene con il maggior numero di p.v. nello stato

Grocery Stores With Most Locations Per State



Source: SafeGraph Point-of-Interest Dataset

## Supermarket **Facts**



35.000 supermercati (>\$2M/anno)



3,8 milioni di dipendenti



\$585.250 media vendite p.v./settimana



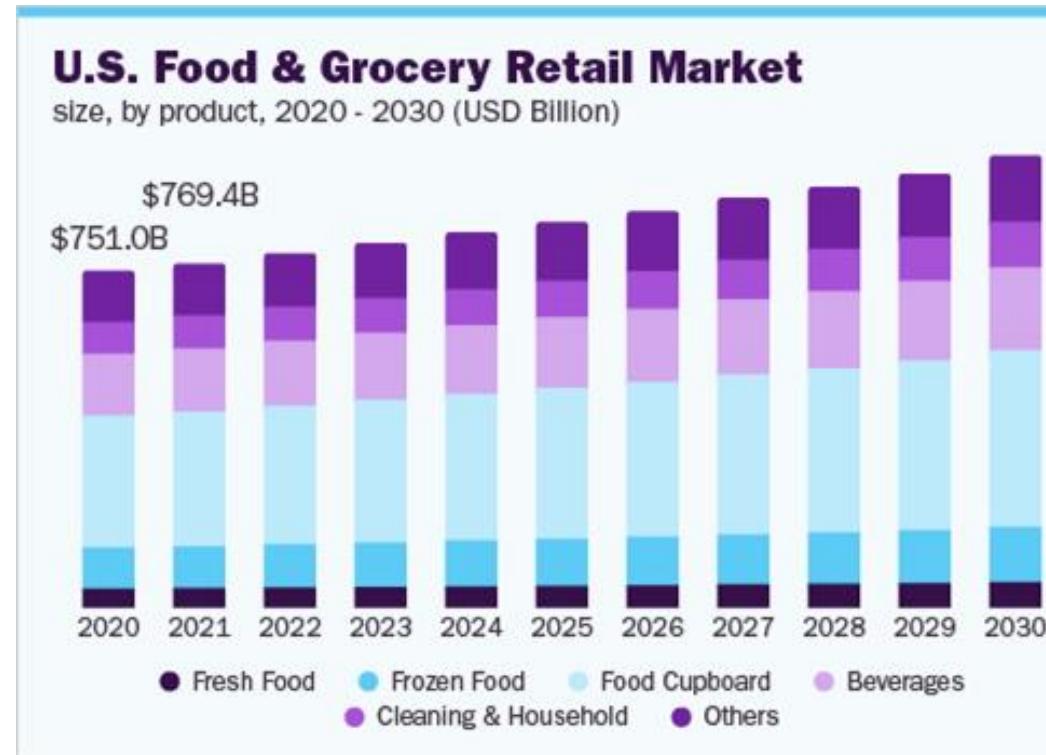
31.119 media referenze in assortimento



\$42.04 scontrino medio in negozio

\$110 scontrino medio online

## Il futuro del mercato (+categorie):



GRAND VIEW RESEARCH  
 Food & Grocery Retail Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Food Cupboard, Beverages), By Distribution Channel (Supermarkets & Hypermarkets, Online), By Region (APAC, Europe), And Segment Forecasts, 2022 - 2030

## L'e-commerce e l'agroalimentare:



Entro il 2026:

- E-commerce raggiungerà la quota del 20% nelle vendite di prodotti alimentari

## **ICE e LE GDO USA**



## PRINCIPALI LINEE DI INTERVENTO GDO

ICE Agenzia promuove la conoscenza e la diffusione dei prodotti agroalimentari e vino autentici italiani, a marchio del produttore e/o del rivenditore



1



Promozioni dedicate ai prodotti autentici italiani

2



Incontro tra buyer e produttore

3



Formazione specifica sull' eccellenza dei prodotti italiani



Promozioni presso la GDO in store e online (2015-2022)

12

PARTNER GDO USA

WORLD MARKET.

Wakefern  
FOOD CORP.

Hu.Vee®

30

PROMOZIONI AUTENTICHE ITALIANE

ROUSES  
MARKETS

Kroger

meijer

4.876

FORNITORI ITALIANI COINVOLTI

MARIANO'S

H-E-B

Sams CLUB

16.103

PUNTI VENDITA COINVOLTI

Brookshire's  
food & pharmacy

schnucks

Walmart



## Attività GDO in store



Schnucks



Meijer



Hy-Vee



## Attività GDO online (e-commerce)

Template 2 Desktop

Kroger Shop Save Discover Pharmacy & Health Search Stores Name Start

Pickup: 4643 S. 80, West Valley City, UT

Gift Cards Lists Weekly Ad Digital Coupons Our Payment Cards Help

be ITA Ministry of Agriculture, Food and Rural Development ITALIAN FOOD AUTHORITY Italian Gourmet

# Your Ultimate Destination for Authentic Italian

Authentic Italian food excellence. The best ingredients for the freshest quality food. A rich tradition of pasta, a variety of cured meats and cheeses, healthy olive oils, and much more. Ametitù's a flavor with Italian food. It's so authentic.

## The Extraordinary Italian Taste

use the best ingredients are turned into extraordinary products.



YouTube play button icon

### Your Italian Favorites



Oven Roasted Chicken  
Pasta  
Pasta Bolognese  
Deli, Vegetables, and Olives  
Dairy and Snacks  
Italian Desserts

### Authentic Italian Best-Sellers

The image is a collage of six smaller photographs arranged in a grid-like pattern. Top left: A scenic view of a traditional Italian villa surrounded by vineyards under a clear blue sky. Top right: A close-up of a hand holding a bunch of fresh basil leaves. Middle row, left: A large platter filled with various cured meats like prosciutto and salami, along with olives and cheese. Middle row, center: A glass filled with a golden beer, garnished with a lime wedge. Middle row, right: A bottle of Italian olive oil next to a small bowl of olives. Bottom row, left: A bottle of olive oil and some olives on a wooden board. Bottom row, center: A variety of cheeses and bread rolls. Bottom row, right: A plate of spaghetti with meat sauce and a glass of red wine.

Microsito

## Banner

Pinterest

**Let's go Italian tonight!**

[Home](#) > Search: pasta sauce

**Featured**

## Authentic Italian Products Delight Your Palate



**Discover More**

## INCONTRO TRA BUYER E PRODUTTORE



Agevolazione ingresso nuovi fornitori (2015-2022):

  
**268**

BUYERS GDO ALLE PRINCIPALI FIERE AGROALIMENTARI ITALIANE

  
**5**

MISSIONI IN ITALIA, AD HOC, PER RECLUTAMENTO NUOVI FORNITORI

  
**73**

MEETING GDO NELLA PRIMA EDIZIONE B2B MEETING SU SMART365



## INCONTRO TRA BUYER E PRODUTTORE



Supporto GDO per la creazione di linee private label



Linea "Gustare Vita"  
>100 referenze



Linea "Sam's Choice Italia"  
>40 referenze



## Scuole di cucina italiana (2019)

**4**

### GDO PARTICIPANTI

(Walmart, Wakefern, HEB e Rouses)

**5**

### TRAINING PERSONALIZZATI

**100**

### ORE DI FORMAZIONE TEORICA E PRATICA

**200**

### PARTECIPANTI

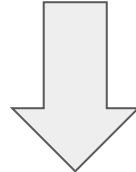
(Buyer, store manager, chef e addetti reparto)





## Italian sounding\*

- Promozione del Made In Italy autentico
- Formazione sul prodotto autentico
- Educazione al valore dell'autenticità



Lotta all'«*Italian sounding*»



\* **31 miliardi di \$/anno:** valore mercato agroalimentare «Italian Sounding» nel Nord America. Fonte: Federalimentari

Immagine fonte: <https://www.gatopardi.com/italian-sounding/>

## I PARTNER GDO ICE 2021/22



Sede: West Des Moines, Iowa

Nr. supermercati: 275

Stati: Iowa, Nebraska, Missouri, Kansas, Minnesota, South Dakota, Illinois e Wisconsin

Fatturato annuo: \$10.6B

Partner ICE dal 2017

Nr. Produttori italiani: +89%



Sede: Thibodaux, Louisiana

Nr. supermercati: 65

Stati: Louisiana, Alabama e Mississippi

Fatturato annuo: \$10.6B

Partner ICE dal 2018

Nr. Produttori italiani: +99%



Sede: Cincinnati, Ohio

Insegne coinvolte (11): Baker's, Dillons, Food4Less, Fred Meyer, Fry's, Gerbes, King Soopers, Kroger, QFC, Ralphs e Smith's

PROMOZIONE ONLINE (E-COMMERCE)

Nr. supermercati coinvolti per delivery/pickup: 2.000 ca

Fatturato annuo: \$137.9B

NUOVO Partner ICE 2021

## I PARTNER GDO ICE 2021/22

### WORLD MARKET

Sede: Alameda, California

Nr. supermercati: 242

Stati: Alabama, Arizona, California, Colorado, Connecticut, Florida, Georgia e Idaho

Fatturato annuo: \$1 miliardo

NUOVO Partner ICE (2021)

### Schnucks®

Sede: St. Louis, MO

Nr. supermercati: 112

Stati: Missouri, Illinois, Indiana, Wisconsin and Iowa

Fatturato annuo: \$3.1 miliardi

Partner ICE dal 2017

Nr. Produttori italiani: +42%

### Wakefern FOOD CORP.®

Sede: Keasbey, NJ

Nr. supermercati: 270

Stati: Connecticut, Delaware, Maryland, New Jersey, New York, Pennsylvania, Rhode Island, New Hampshire, Massachusetts

Fatturato annuo: \$17.8 miliardi

Partner ICE dal 2014

Nr. Produttori italiani: +36%

## IL SOSTEGNO ICE ALLE PMI





### Servizi di consulenza (gratuiti e a pagamento)

SERVIZI PER CONOSCERE <i>gratuiti</i>	SERVIZI PER CRESCERE <i>a preventivo</i>	SERVIZI DI CONSULENZA AVANZATA
<ul style="list-style-type: none"> <li>Info generali e di primo orientamento</li> <li>Notizie dal mondo (<i>on-line</i>)</li> <li>Note informative sui mercati (<i>on-line</i>)</li> <li>Opportunità commerciali (<i>on-line</i>)</li> <li>Schede prodotto (<i>on-line</i>)</li> <li>Il tuo prodotto sul mercato</li> <li>Profili operatori esteri</li> <li>Elenchi professionisti locali</li> <li>Statistiche di commercio estero (<i>on-line</i>)</li> <li>Statistiche personalizzate</li> <li>Ricerche di mercato</li> <li>Soluzione di controversie</li> <li>Partecipazione a gare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informazioni riservate su imprese estere</li> <li>Organizzazione <i>business tour</i> in Italia</li> <li>Organizzazione di eventi, partecipazioni a manifestazioni promozionali</li> <li>Ricerca clienti e <i>partner</i> esteri e organizzazione incontri d'affari (*)</li> <li>Ricerca investitore estero e organizzazione di incontri (*)</li> <li>Utilizzo strutture ICE-Agenzia (**)</li> </ul> <p style="color: red; font-size: small;">(*) gratuito per imprese fino a 100 dipendenti (**) gratuito per imprese fino a 100 dipendenti per un massimo di 3 gg all'anno</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servizi di supporto alle imprese nei seguenti ambiti.</li> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investimenti all'estero, consulenza strategica e comparazione sussidi e incentivi nei territori di interesse</li> <li>2. Ricerca di personale <i>in loco</i> e reperimento di locali, edifici, terreni</li> <li>3. Piani di comunicazione sui media esteri</li> </ol> <p>Altri servizi specializzati definiti d'intesa con il cliente</p> </ul>

# I SERVIZI PIÙ RICHIESTI

## Servizi di primo orientamento

Raccolta di informazioni generali e di primo orientamento sulle possibilità di accesso e internazionalizzazione in un dato mercato, come primo approccio per poi sviluppare analisi di mercato più mirate



Azienda che sta valutando di approcciare il mercato statunitense per la prima volta

## Profili Operatori Esteri

Individuazione di operatori locali (fino a 15 nominativi) con fornitura di dati relativi a: anagrafica, settore di attività, struttura societaria, struttura distributiva, rete di assistenza pre e post vendita, segmentazione di mercato e marchi rappresentati



Azienda che già esporta negli USA e intende incrementare i propri canali distributivi

## Digital marketing consulting

Analisi del sito web, materiali e strategia web marketing per linguaggio, SEO, campagne PPC e social media



Azienda che intende massimizzare le opportunità dell'online per comunicare la propria offerta prodotti

## Consulenza avanzata

Consulenza personalizzata sia in fase strategica, di allineamento e strutturazione generale del *business e/o marketing plan*, sia nella fase di contatto delle catene



Azienda di medie o grandi dimensioni che promuove una gamma estesa di prodotti a marchio proprio o private label



**GRAZIE!**

Danila Alfano  
[chicago@ice.it](mailto:chicago@ice.it)

Presentazione a cura di Danila Alfano e del nucleo GDO