

Portiamo
il meglio del
Latte
nel mondo



1° Gruppo lattiero-caseraio al mondo



75.000 COLLABORATORI

IN 85 PAESI GUIDATI DALLA STESSA AMBIZIONE:

Offrire il meglio del latte nel mondo

17,3 miliardi di € di fatturato (2016)

18,3 miliardi di litri di latte raccolti

3° Gruppo per raccolta latte al mondo

236 Siti di produzione in **43** Paesi

25 Formaggi D.O.P



Lactalis oggi...people

AMERICHE
24% dei
collaboratori



EUROPA
49% dei
collaboratori



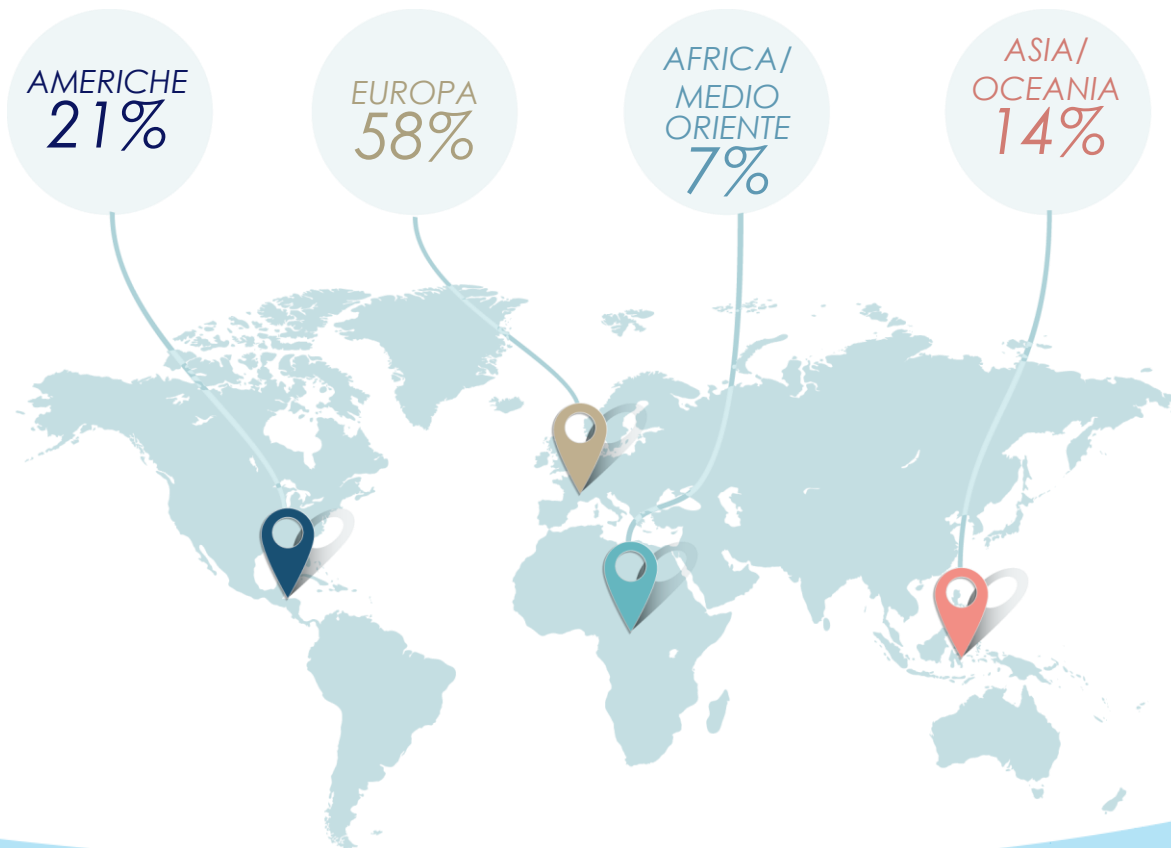
ASIA/OCEANIA
13% dei
collaboratori



AFRICA
14% dei
collaboratori



Lactalis oggi...fatturato





in Italia



Gruppo Lactalis Italia: i marchi storici



Nel 2007 è nata la società **GRUPPO LACTALIS ITALIA** che prende vita dai più prestigiosi marchi della tradizione casearia italiana: **Invernizzi**, **Cademartori**, **Locatelli**, già parte del Gruppo e il leader di mercato **Galbani**, aggiungendo poi a queste marche anche il brand più importante del Gruppo nel mondo, **Président**.



Vuol dire fiducia.[®]



Gruppo Lactalis Italia: struttura comm.le



biG è la società che si occupa della **distribuzione e vendita** di tutto il portafoglio prodotti del Gruppo (tutti i marchi Galbani, Vallelata, Invernizzi, Locatelli, Cademartori, Président) per garantirne una gestione integrata e sinergica ed una maggiore efficienza e sviluppo nei diversi Canali (Moderno, Tradizionale e Food Service). È caratterizzata dal più **capillare network di distribuzione** di prodotti freschi su tutto il territorio nazionale.

1.100 venditori e agenti, che servono circa 55.000 clienti grazie a una rete distributiva unica

111 unità distributive in tutta Italia

1.028 furgoncini



- **n° 302 agenti** di commercio monomandatari in esclusiva in **tentata vendita** focalizzati sui canali traditional trade e food service indipendente
- **n° 5 agenti** di commercio monomandatari in esclusiva in **prevendita** sul territorio di Milano (test partito a novembre 2017)
- **n° 1 agente** di commercio plurimandatario nel canale Food Service Organizzato e con esclusiva di una sola gamma di prodotto da commercializzare

UN CASO DI SUCCESSO:

*VARIAZIONE DI ZONA
UNILATERALE*

...VARIAZIONE DI ZONA UNILATERALE

ESIGENZA AZIENDALE:

ESTATE

per effetto dell'incremento del turismo nel periodo maggio_settembre, biG attiva ulteriori zone di vendita «c.d. stagionali» sullo stesso territorio per garantire il servizio alla clientela

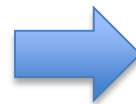
Come gestiamo la zona dell'agente 'Pluto'?



...VARIAZIONE DI ZONA UNILATERALE

ANALISI DEL CONTESTO:

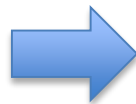
- territorio di competenza dell' agente 'Pluto'
- genera un fatturato k€
- matura una provvigione k€
- potenziale di sviluppo estivo k€



...VARIAZIONE DI ZONA UNILATERALE

AZIONE OPERATIVA:

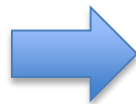
- ridefinizione con conseguente **riduzione** del territorio/clienti
- **riduzione** di fatturato consolidato
- mantenimento **stessa aliquota** provvigionale
- condivisione rischio imprenditoriale



...VARIAZIONE DI ZONA UNILATERALE

RISULTATO FINALE:

- **sviluppato** fatturato incrementale
- *ridotto al minimo* **rischio legale**
- **maggior guadagno** dell'agente



...al termine della stagione estiva viene ripristinata la situazione iniziale!



Grazie
per l'attenzione

