

# INNOVAZIONE, IL VERO VANTAGGIO COMPETITIVO

"L'innovazione rappresenta la leva fondamentale per uscire rafforzati dalla crisi, con un nuovo slancio competitivo in vista dell'auspicata ripresa. Per le aziende della distribuzione - spiega **Fabio Vacirca**, Managing Partner di **Accenture** con responsabilità del settore dei beni di largo consumo per l'Europa e l'America Latina - questo si traduce nella necessità di comprendere le nuove dinamiche comportamentali che si stanno affermando e focalizzare l'attenzione sulle priorità di sviluppo nell'area dell'innovazione". **Accenture**, sta da tempo investendo per preparare queste nuove sfide e ha creato ad Assago, vicino a Milano, un laboratorio permanente per studiare l'evoluzione delle dinamiche di acquisto all'interno del punto vendita. Lo Shopping Experience Lab consente di vivere numerose soluzioni per il digital marketing, l'interazione digitale/fisica e il monitoraggio delle fasi di acquisto fuori e dentro il punto di vendita. La contrazione dei consumi ha riguardato non solo i cosiddetti beni durevoli o i consumi extra alimentari in genere, ma ha anche inciso sulla componente alimentare. Se da un lato il consumatore comincia oggi a manifestare un cauto ottimismo, perché incoraggiato dalla stabilizzazione dei mercati e dalle previsioni di ripresa del Fondo Monetario, dall'altro lato esce profondamente cambiato da questo periodo di incertezza e turbolenza. "La maggior parte delle aziende della grande distribuzione - continua Vacirca - ha risposto alla crisi principalmente con azioni tattiche di breve termine, utilizzando strategie commerciali aggressive basate su tagli prezzi e promozioni sia sui prodotti industriali sia sui marchi della propria insegna. In alcuni casi si è assistito a una vera e propria guerra dei prezzi, con investimenti promozionali di centinaia di milioni e migliaia di prodotti in sconto quasi permanente. Il vantaggio competitivo legato all'aumento delle vendite nel breve, è però ottenuto a scapito di una marginalità sempre più compressa e una conseguente pressione sia interna sia sulle aziende produttrici. I distributori più lungimiranti, pur non essendo immuni dal fenomeno del taglio prezzo, hanno anche lavorato su azioni di medio-lungo termine: programmi di efficientamento, riduzione dei costi, revisione dei modelli organizzativi e una nuova e crescente sensibilità all'innovazione".



**INNOVAZIONE, IL VERO VANTAGGIO COMPETITIVO**

Il mercato è sempre più competitivo e i consumatori sono sempre più esigenti. Per sopravvivere e prosperare, le aziende devono innovare. L'innovazione è la chiave per il successo a lungo termine. Accenture aiuta le aziende a innovare con soluzioni di consulenza e tecnologia.

**Nasce il Lenticolare di nuova generazione.**  
Uno strumento in più per stupire.

Prodotto da un'azienda leader nel settore, il Lenticolare di nuova generazione è uno strumento innovativo che rivoluziona il modo di guardare le immagini. È disponibile in diverse versioni e dimensioni, per soddisfare ogni esigenza.

**Tre D**