



Ufficio Agroalimentare Vini

Roma, 29/01/2016

**Kroger**, la seconda catena di distribuzione al mondo, sta organizzando insieme al suo importatore una **missione di incoming in Italia**, prevista a marzo, in vista della promozione del prossimo mese di ottobre **'Taste of Italy'**.

In occasione dell'iniziativa, Kroger ha chiesto la collaborazione dell'**Agenzia ICE** per il coinvolgimento di altri potenziali fornitori durante la giornata di incontri.

Ritenendo l'iniziativa importante per gli operatori italiani interessati al mercato retail USA, l'Agenzia ICE segnala tale opportunità, fornendo di seguito tutti i requisiti necessari e inderogabili, utili alla domanda di adesione.

## MODALITA' DI PARTECIPAZIONE

Sulla base dei moduli pervenuti, **Kroger provvederà a selezionare direttamente, a suo insindacabile giudizio, un elenco di aziende da incontrare il prossimo 15 marzo** in aggiunta a quelle già individuate autonomamente.

**Il gruppo non prenderà in considerazione aziende che non siano in possesso dei requisiti minimi indicati di seguito.**

Kroger non darà alcun feedback in merito alla pre-selezione relativamente ai motivi di non inclusione.

Le aziende i cui prodotti saranno ritenuti di interesse da Kroger riceveranno comunicazione relativa al luogo e alle modalità di svolgimento dell'incontro.

Le tempistiche previste per la pre-selezione si attestano sulle 2 settimane circa dalla chiusura della raccolta delle adesioni.

**La partecipazione alla selezione e' gratuita.**

## REQUISITI DI AMMISSIBILITA'

Di seguito i requisiti minimi indicati da Kroger:

### 1. Ripartizione del paniere di interesse:

il 75% dei prodotti di volume

il 25 % di prodotti premium

### Evento:

*Incoming Italia GDO Stati Uniti*

### Luogo:

*Italia*

### Data:

*15 marzo 2016*

### Scadenza adesioni:

*4 febbraio 2016*

E' importante valutare con attenzione il paniere di prodotti proposti in funzione di questa indicazione; sarà opportuno che le aziende selezionate per l'incontro in Italia si preparino con un campionario e prezzi "US\$ landed"

## 2. Numero massimo di referenze per ogni produttore:

non più di 4 - 5 prodotti (sku) per ciascuna categoria e per ciascun produttore, con indicazione dei prezzi (anche Standard Retail Price Italia)

## 3. Tempistica di fornitura:

gli ordini per i prodotti che saranno considerati idonei alla promozione di ottobre saranno attivati da Kroger entro fine aprile, con consegna prevista per fine giugno

## 4. Requisiti minimi obbligatori, anche connessi alla dimensione della catena:

- registrazione Food and Drug Administration;
- etichettatura conforme al mercato statunitense;
- certificazioni di qualità (BRIC, IFS);
- fatturato maggiore o uguale a 5 milioni di Euro;
- fatturato export non inferiore al 30% del fatturato complessivo

## 5. Categorie di prodotto ricercate:

### pasta

fresh: plain and filled

dry: entry level and high level, bronze extruded -Dry Organic

### tomato products:

canned: chopped, sauce, peeled;

glass jar: Sauces, passata.

### cheese:

bufala mozzarella;

cheese Condiments.

### deli Meats:

salami, Cooked Ham, Mortadella, etc.;

bulk and pre- packaged, sliced, HPP

### olive oil:

EVOO, entry level and high level (must be traceable product of Italy);

EVOO, organic.

### specialty grocery:

truffle products;

pesto;

canned vegetables (beans, pulses, etc.);

marinated vegetables (artichokes, onions, etc.);

Rice (risotto);

Ancient Grain products (Farro, Kamut, etc.);

Porchini products.

## PER MAGGIORI INFORMAZIONI:

L'UFFICIO AGROALIMENTARE VINI è a disposizione per fornire l'assistenza e le informazioni necessarie alle aziende interessate a partecipare:

ICE ROMA

Dirigente: Ines Aronadio

Riferimenti per l'iniziativa:

Giuseppe Russo

e-mail: [agroindustria@ice.it](mailto:agroindustria@ice.it)

Tel: 06 59926037

ICE NEW YORK

Direttore: Maurizio Forte

Riferimenti per l'iniziativa

Gioia Morena Gatti

e-mail: [newyork@ice.it](mailto:newyork@ice.it)

Tel: (001212) 9801500

### **bakery: (frozen or fresh)**

pizza;  
focaccia;  
hearth par-baked breads and rolls;  
crackers;  
grissini.

### **wine:**

pinot grigio;  
prosecco;  
chianti (entry level);  
valpolicella;  
wines from Alto Adige.

## **MODALITA' DI ADESIONE E COSTI DI PARTECIPAZIONE**

Per aderire le aziende che hanno i requisiti minimi indicati da Kroger devono compilare il form on-line al quale si accede attraverso il seguente link ipertestuale:

- <https://sites.google.com/a/ice.it/gdokroger2016/home>

**entro e non oltre le ore 20:00 di giovedì 4 febbraio 2016.** Non saranno prese in considerazione domande pervenute oltre il termine.

Le aziende che riceveranno l'invito a partecipare all'incontro del 15 marzo dovranno recarsi a proprie spese nel luogo che sarà indicato, rispettando orari e modalità che saranno inviati.

**Non è previsto un costo di partecipazione. Tutte le spese di viaggio, eventuale alloggio, predisposizione del campionario sono a carico delle aziende.**

## **INFO AGGIUNTIVE**

**The Kroger Co è il più grande gruppo statunitense nella GDO agroalimentare**, celebre per la vastità del catalogo prodotti e per l'attenzione al cliente. Ralphs, Dillons, Smith's, King Soopers, Fry's, QFC, City Market, Owen's, Jay C, Pay Less, Baker's, Gerbes, Scott's Food & Pharmacy, Harris Teeter sono i marchi più importanti nella combinazione di 'Food and drug' store che caratterizza il marketing del gruppo. Sebbene siano considerati store di quartiere in termini di dimensioni, distanza dall'abitazione ed esperienza d'acquisto, si tratta di punti vendita abbastanza grandi, in grado di offrire l'alto margine di specializzazione nel prodotto che il consumatore attuale chiede in misura sempre maggiore, caratterizzandosi come un vero e proprio specialty department store, con sezioni di parafarmacia, cura della persona e della salute, animali da compagnia, e banchi di carne e pesce fresco. Kroger è presente sul mercato anche con formati multi-department store come Fred Meyer, che offre oltre duecentomila prodotti tra alimentari ed abbigliamento su oltre diecimila metri quadri. In tale format il gruppo punta sul vantaggio competitivo dei marchi nazionali e dell'utilizzo del private label. Il gruppo sta puntando su una strategia basata su qualità e differenziazione, che mira a diventare leader nel mercato dei prodotti naturali e dell'organic food.

## **I SERVIZI DELL'ICE - Agenzia**

L'ICE, anche attraverso i propri uffici all'estero, fornisce servizi di informazione ed assistenza alle aziende interessate ad operare con l'estero.

Il catalogo dei servizi offerti è disponibile al seguente indirizzo:

<http://www.ice.gov.it/>



Le aziende partecipanti alle iniziative ICE possono inserire il proprio profilo aziendale all'interno del catalogo delle aziende italiane sul sito: [www.italtrade.com](http://www.italtrade.com), il portale dell'ICE rivolto agli operatori esteri.



ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane  
Via Liszt, 21 – 00144 Roma