



NEL CUORE DELL'ITALIA



+ 3.120 Negozi in
tutta Italia

100 mq / 5000 mq

+ 1.700
Imprenditori

11 Cedi Food
12 Cedi Drug

Oltre 20 mila
persone

Crai per l'ambiente: Pilastro Strategico di Insegna

1. Attività Mktg Eco sostenibili

- > 3,8 Milioni di bottiglie di plastica riciclata
- > 5 Milioni di lattine di alluminio riciclate



5. Lotta agli sprechi alimentari

-> ToGoodToGo: Realizzato un Accordo Quadro Nazionale , già 200 pdv attivi e oltre 30.000 pasti salvati



4. Packaging Green

- > 200 referenze MDD già realizzate
- > 300 in fase di lavorazione



2. Nuovo Format «Negozio Green»

-> verso soluzioni di risparmio energetico, plastic free e ad alto contenuto tecnologico per migliorare il servizio e ridurre l'impatto ambientale



3. Più Negozi = Più verde

-> Piantumazione oltre 5.000 nuovi alberi e progetti di gestione forestale



Creare valore con il Category Management Sostenibile?

MATERIE PRIME

AUMENTO DEI PREZZI

MENO TEMPO IN NEGOZIO

ATTENZIONE SOPRATTUTTO ALLE PROMO

POTERE D'ACQUISTO DIMINUITO

INFLAZIONE

RAPPORTO INDUSTRIA & DISTRIBUZIONE

...

SI PUO' FARE !

La sfida, per il Gruppo Crai, era doppia...

Abbiamo coinvolto 3 attori della nostra filiera

La sfida era doppia: **portare “cultura” di «category sostenibile» in tre direzioni**, coinvolgendo:

- i **consumatori**, sensibilizzandoli sul tema e aumentando la consapevolezza che si può fare sostenibilità anche con una categoria poco gentile con l'ambiente..come quella del bucato/lavatrice
- i **buyer ed i commerciali del Gruppo**, con l'obiettivo di coinvolgerli nel progetto ed aumentarne la sensibilità ad un approccio più consapevole alla categoria ed alle politiche di sostenibilità
- gli **imprenditori della Rete del Gruppo**, dove si realizza la messa a terra di tutto, e quindi anello fondamentale per renderli sensibili e coinvolti nel progetto

Le leve di marketing a supporto del progetto



- 2 SURVEY
- CRM
- SITO WEB/SOCIAL
- VOLANTINO
- RADIO INSTORE
- MATERIALI POP



- VIDEO PILLOLE
- COMITATI FOOD
- COMITATI DRUG
- VOLANTINO



- CONVENTION
- RADIO INSTORE
- MAGAZINE "NOI DI CRAI"
- MATERIALI POP
- VOLANTINO

Survey clienti

Abbiamo realizzato una prima survey a novembre 2021 coinvolgendo oltre **75 mila clienti** sulla categoria fabric care.

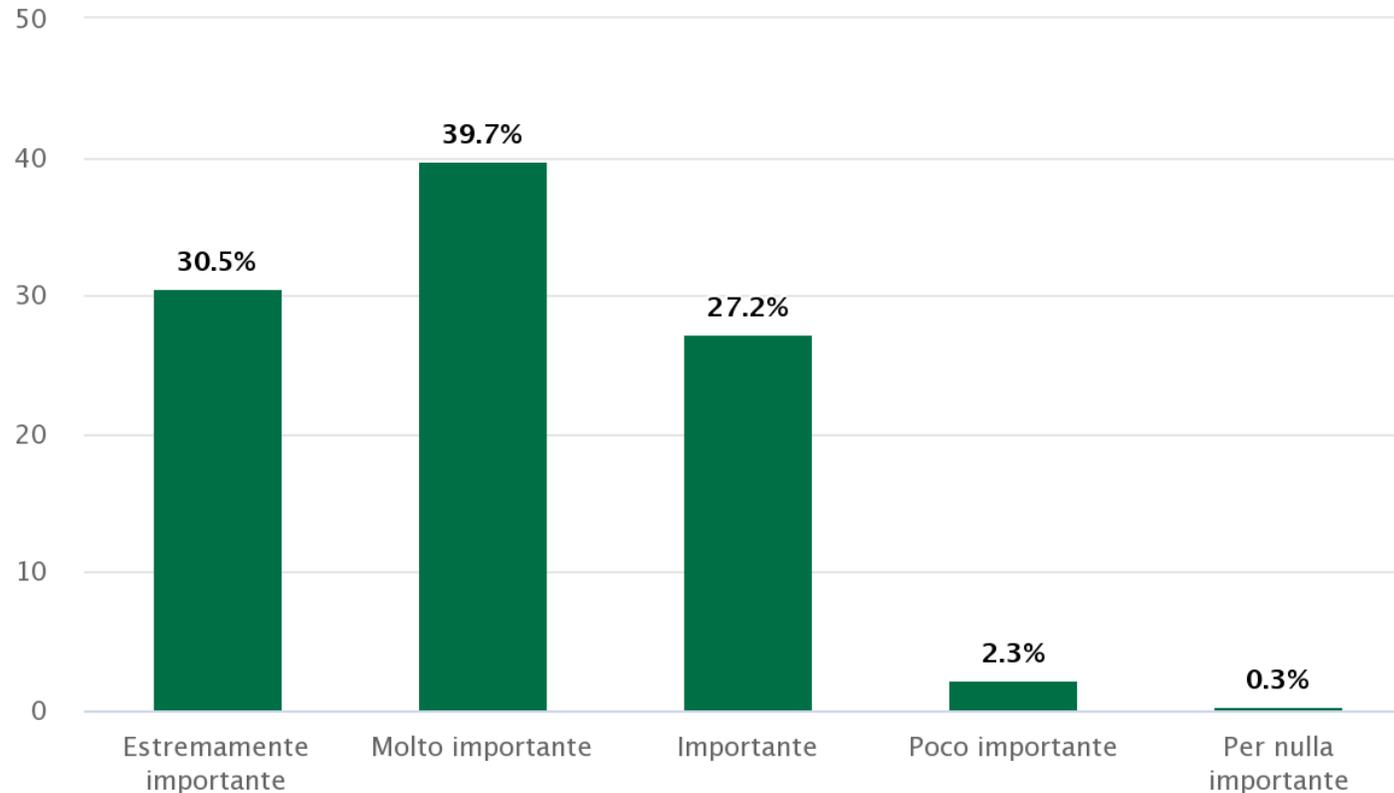
Abbiamo poi svolto una seconda survey a febbraio 2022, più approfondita e rivolta agli oltre **3.300** clienti rispondenti con l'obiettivo di approfondire l'attitudine alla sostenibilità nella categoria Bucato.

I risultati fotografano un elevato interesse al tema della sostenibilità ed anche una importante conoscenza e preparazione sui comportamenti più virtuosi a favore dell'ambiente.



Per il 97.4% dei rispondenti la sostenibilità ambientale del prodotto è un elemento fondamentale nella fase di scelta

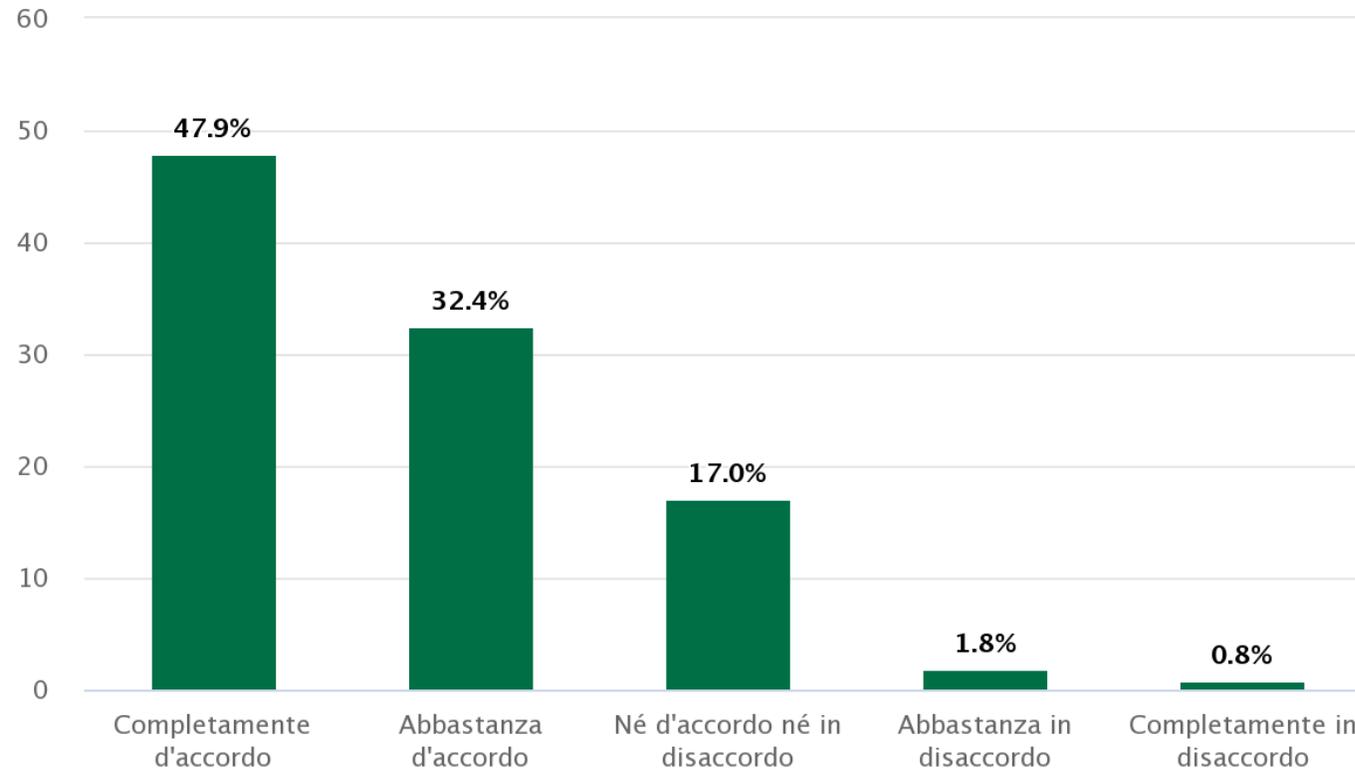
6 | In una scala da "Non Importante" a "Estremamente importante", quanto è importante la sostenibilità ambientale di un prodotto quando fai la spesa al supermercato?



Base: i 3332 rispondenti che hanno terminato il questionario.

L'80.3% dei rispondenti riconosce l'impegno di Crai nel favorire e promuovere la sostenibilità ambientale

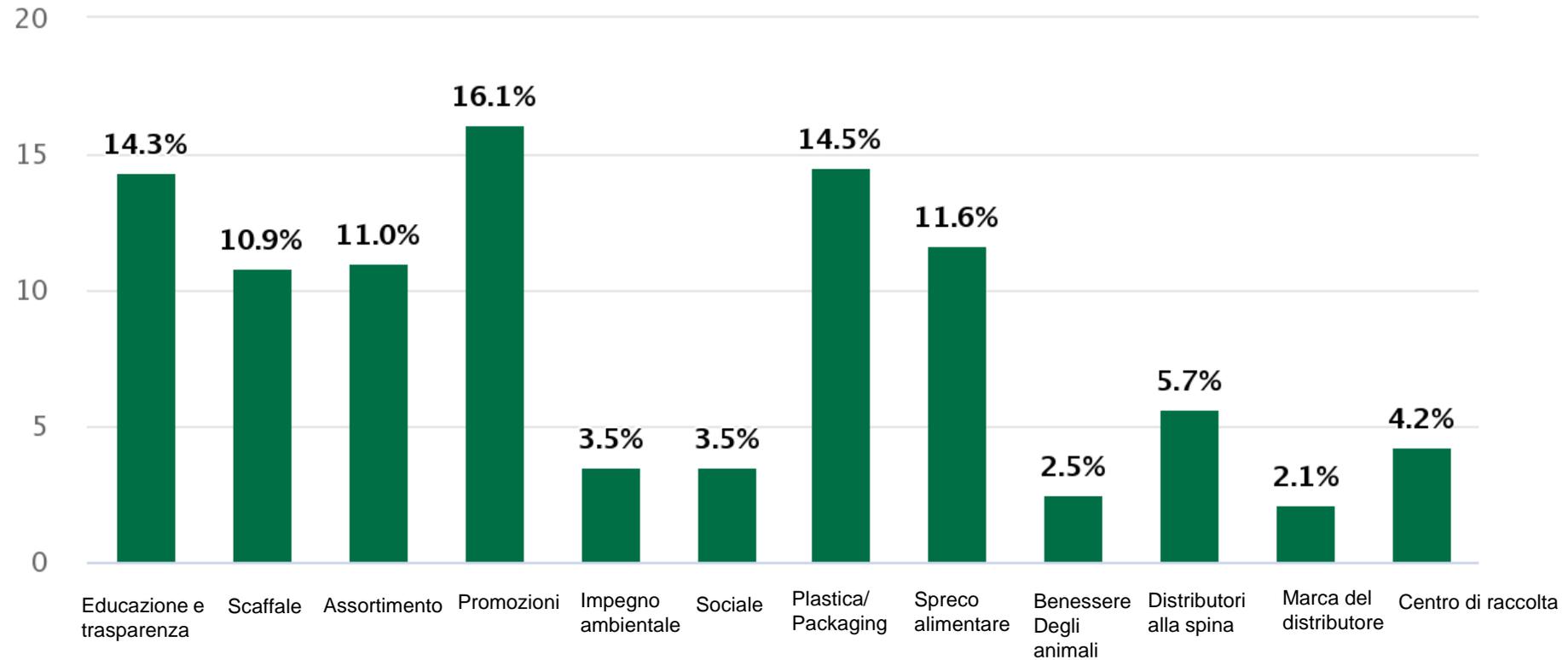
9 | L'insegna CRAI è attenta alla sostenibilità ambientale e sostiene diversi progetti e iniziative per promuovere la sostenibilità ambientale.



Base: i 3332 rispondenti che hanno terminato il questionario.

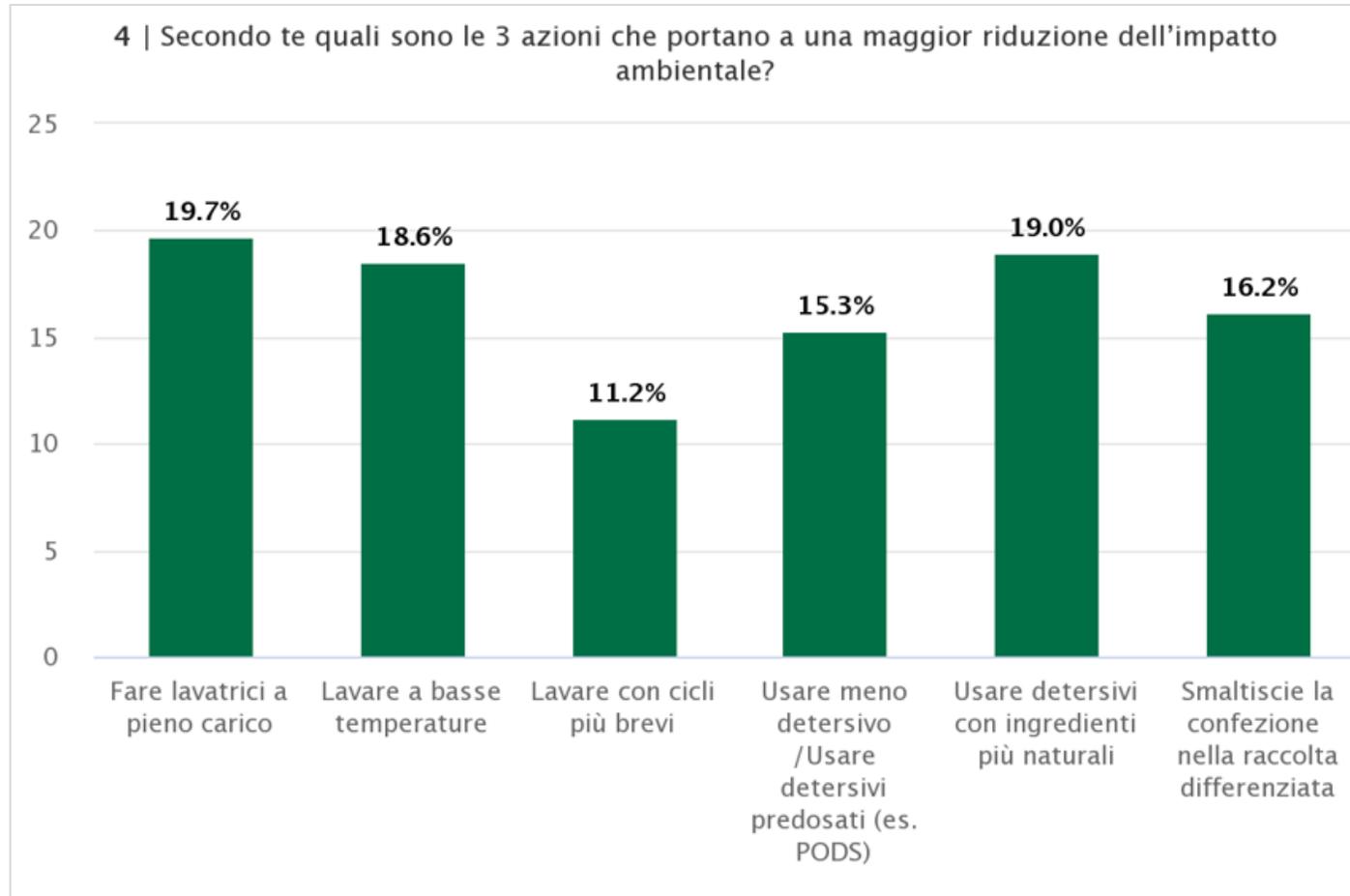
Educazione, iniziative promozionali dedicate e riduzione dell'uso di plastica nei packaging sono i principali ambiti in cui Crai dovrebbe intervenire per favorire una maggior sostenibilità ambientale

10 | Sempre riguardo al tema della sostenibilità, quali sono i principali ambiti sui quali CRAI dovrebbe intervenire?



Base: i 3332 rispondenti che hanno terminato il questionario.

Per essere più sostenibili i rispondenti hanno dichiarato di fare il bucato a temperature più basse (27.6%) e di fare lavatrici a pieno carico (17.7%) o con cicli più brevi (14.5%)



Base: i 1083 rispondenti che hanno terminato il questionario

CRAI
aderisce*

IL BUCATO AMICO DELL'AMBIENTE

IN 3 SEMPLICI GESTI

- 30° Lava a basse temperature, risparmia energia.
- Utilizza un dosaggio corretto, rispetta l'ambiente.
- Smaltisci correttamente le confezioni.

*CRAI aderisce al Category management sostenibile, un'iniziativa di sostenibilità promossa da P&G, per il 2023. Per maggiori informazioni visita la pagina <https://www.p&g.com/category-management-sostenibile>

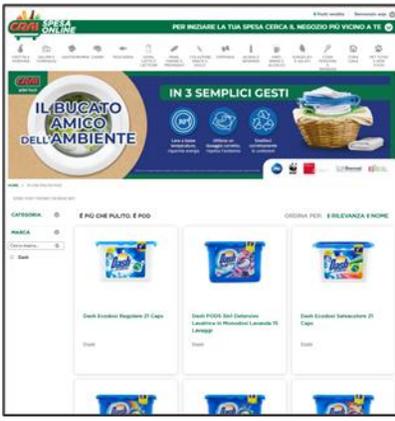
Logos: P&G, WWF, S&B Borroni, EIS

Esempi di comunicazione, di scaffale e presidio della categoria



CRAI - Supermercati e negozi alimentari
9 novembre 2021

Sapevi che quando fai il bucato il 60% dell'impatto sull'ambiente è generato dalla temperatura di lavaggio e dall'utilizzo dei prodotti? Rendilo sostenibile! Ti bastano solo 3 semplici gesti per contribuire concretamente alla salvaguardia dell'ambiente.



CRAI con PROCTER&GAMBLE: una partnership vincente

Per la prima volta un retailer e un fornitore avviano un progetto sulla sostenibilità nella categoria bucato. In linea con le richieste dei consumatori.

Una strategia per ridurre l'impatto ambientale, ridurre il consumo di energia nel corso di un'intera giornata di lavaggio e ridurre il consumo di acqua. Per questo CRAI ha scelto di collaborare con Procter & Gamble, leader nel settore del bucato, per avviare un progetto di sostenibilità che mira a ridurre il consumo di energia e acqua, a ridurre l'impatto ambientale dei prodotti e a migliorare l'esperienza del cliente.

Il progetto di collaborazione fra CRAI e P&G mira a ridurre il consumo di energia e acqua, a ridurre l'impatto ambientale dei prodotti e a migliorare l'esperienza del cliente. Il progetto prevede l'adozione di lavaggio a basse temperature, l'uso di dosatori intelligenti e l'adozione di packaging riciclabile.

ANALISI DEL CICLO DI VITA DELLA CATEGORIA BUCATO

Impatto di CO ₂	3%
Temperatura di lavaggio	60%
Consumo di acqua	15%
Consumo di energia	20%

Il progetto di collaborazione fra CRAI e P&G mira a ridurre il consumo di energia e acqua, a ridurre l'impatto ambientale dei prodotti e a migliorare l'esperienza del cliente. Il progetto prevede l'adozione di lavaggio a basse temperature, l'uso di dosatori intelligenti e l'adozione di packaging riciclabile.

Esempi di comunicazione, di scaffale e presidio della categoria



Primi risultati

Rete Negozi Post Attività Comunicazione:

- Incremento del **+73%** a volume delle referenze coinvolte
- Incremento del **+25%** a volume al netto delle promo on top



Trend Segmento Caps:

- **+8,4%** Mercato Drug
- **+30,3%** in Crai Drug

E-commerce Post Attività Comunicazione:

- Incremento del **+177%** a volume rispetto a pari periodo ap
- Incremento del **+13%** a volume nelle settimane successive

