

Come ottimizzare la gestione degli scarti

La quotidiana produzione di scarti nell'industria alimentare comporta per le aziende costi notevoli e mancati ricavi, oltre ad avere ripercussioni a livello sociale, ambientale ed etico.

La Business Intelligence, che l'Italia inizia a "scoprire" in ritardo rispetto ai competitor mondiali, consente di raccogliere informazioni dai processi aziendali - categorie e sottocategorie/ punti vendita/segmenti/ aree geografiche, ecc. - per evitare una gestione che produca scarti.

che possono influire sul processo.

Un esempio di progetto basato sulla business intelligence finalizzato alla riduzione degli scarti è quello sviluppato per Gruppo Poli, attore della Grande distribuzione organizzata per cui il gettato rappresenta una spesa fissa di smaltimento e mancate entrate per un ammontare superiore ai 10 milioni di euro su un fatturato di circa 600 milioni l'anno.

"Abbiamo lavorato sulla referenze a peso, come salumeria, pescheria, carne

Per ovviare a questo problema e ottenere risparmi fino al 15% dei costi sostenuti per il gettato nell'arco temporale di un anno, **Itreview** propone una serie di strumenti di programmazione customizzata che consentono di analizzare i sintomi (il gettato in termini di costi e sprechi), effettuare una diagnosi e individuare la 'cura' agendo sulle variabili dei processi.

Grazie alla collaborazione con DGM, partner strategico per lo studio dei modelli matematici e dell'analisi dei processi, Itreview ha realizzato un modello previsionale partendo dall'identificazione di tutte le variabili possibili

e ortofrutta, e anche sulle referenze confezionate, per definire un gettato standard per ogni singolo segmento e in base al negozio, prendendo in considerazione diverse variabili, tra cui anche la zona del punto vendita e il suo contesto", spiega Sergio Del Pin, finance controller del Gruppo Poli. "Il progetto ha coinvolto tutta la filiera, dai buyer ai product manager. Il risultato è in termini di vantaggi economici, perché ha consentito di ridurre il gettato e abbiamo compreso diverse cose, per esempio, quali erano i prodotti che non giravano nei negozi, in modo da razionalizzare gli assortimenti sia a livello generale, sia dei singoli punti vendita".