

**AZIENDE IN PRIMO PIANO**

**C**resce nel consumatore moderno l'attenzione e la consapevolezza nella scelta dei prodotti alimentari, al pari della sensibilità verso temi della qualità, sicurezza, salute e sostenibilità. Poter garantire che tali aspetti siano monitorati e garantiti lungo l'intera filiera alimentare è un fattore differenziante e quindi un vantaggio competitivo per le aziende.

**Accenture**, società multinazionale specializzata nella consulenza direzionale, system integration & technology e servizi alle imprese, ha messo a punto il Food Innovation Center. Si tratta di un approccio innovativo integrato alla filiera dei prodotti alimentari, che raccoglie la sfida e gli obiettivi di innovazione tecnologica nel settore agroalimentare, identificati da CIAA e Federalimentare nell'ambito delle piattaforme tecnologiche "food for life", promosse dall'Unione europea, al fine di favorire lo sviluppo e la competitività del settore.

L'obiettivo è quello di facilitare la raccolta e la condivisione di informazioni tra i diversi attori, dal produttore al consumatore, massimizzando l'efficienza dei processi. Un efficace monitoraggio e il controllo delle attività che si svolgono lungo la filiera alimentare, infatti, permettono di avere un maggiore controllo del prodotto e di garantirne la sicurezza e la qualità. Allo stesso tempo, ai consumatori vengono comunicate informazioni sulla qualità, la sicurezza, la convenienza e la sostenibilità dei prodotti alimentari, che rappresentano un valore aggiunto per il marchio che le promuove. In questo contesto, il brand owner, l'azienda

# ACCENTURE

## Food Innovation Center: dal produttore al consumatore un approccio integrato alla filiera alimentare



### Accenture, una realtà mondiale

**Accenture** è un'azienda globale di consulenza direzionale, system integration & technology e servizi alle imprese, impegnata a realizzare l'innovazione, attraverso la collaborazione con i suoi clienti, aziende e pubbliche amministrazioni, per aiutarli ad avere performance d'eccellenza. **Accenture** lavora per circa 4.000 clienti che appartengono a diversi settori industriali: in particolare, sono 91 le aziende Fortune Global 100 e 24 i Paesi in cui supporta il lavoro delle agenzie governative. Grazie alla conoscenza dei diversi settori di mercato e delle dinamiche di business, alle risorse di cui dispone su scala globale, a una comprovata esperienza e alla collaborazione di 146.000 professionisti in 48 Paesi del mondo, **Accenture**

riesce a fare leva sulle competenze e le tecnologie più adatte a ogni esigenza. A livello globale, i ricavi netti del Gruppo per l'anno fiscale conclusosi al 31 agosto 2006 ammontano a 16,65 miliardi di dollari. In Italia, **Accenture** è presente con 7.300 persone e al 31 agosto 2006 ha registrato ricavi per 798 milioni di euro.

Per integrare il lavoro svolto presso i clienti, è stata creata un'ampia rete di centri tecnologici a supporto costante, 24 ore su 24, dell'operatività e dell'efficienza dei servizi offerti. Sono 44 i Delivery Center, in più di 30 Paesi, che producono risultati di qualità, in tempi brevi e a costi competitivi. Tra questi, vanno annoverati Praga, Madrid, Bratislava, Bucarest, Napoli, Mumbai, Bangalore e Manila.

### Servizi e soluzioni per i clienti Accenture



Fonte: Copyright © 2006 **Accenture** All Rights Reserved.

percepita dal consumatore come responsabile del prodotto agroalimentare, gioca un ruolo fondamentale nel processo e può beneficiare di un nuovo canale di comunicazione biunivoca con il mercato finale.

### Le fasi del processo di implementazione

L'**Accenture** Food Innovation Center si articola su un percorso che attraversa l'intera filiera alimentare e che coinvolge il produttore delle materie prime, l'azienda manifatturiera, il distributore, il retailer e il consumatore.

**Monitoraggio con sensori.** La prima fase prevede l'utilizzo di sensori, in ambito agricolo e zootecnico, con l'obiettivo di monitorare grandezze che possono influire sulla qualità e la quantità della produzione. I dati così raccolti possono essere elaborati con modelli revisionali che facilitano il passaggio da un approccio reattivo a uno pianificato. Il servizio, inoltre, può essere fruito dal produttore in remoto, senza introdurre sistemi informatici dedicati nell'azienda.

**Gestione della logistica.** È la ricostruzione puntuale della tracciabilità nell'azienda di trasformazione, che può essere automatizzata con soluzioni specifiche e che consente di evitare errori nella gestione FIFO delle merci e di ottenere una maggiore qualità e precisione nei dati necessari per la tracciabilità.

**Il monitoraggio della qualità.** È fondamentale saper distinguere i prodotti di qualità non conforme, valutare trend e scostamenti e utilizzare tali informazioni in funzione preventiva. Il livello qualitativo del prodotto

può esse verificato con diversi tipi di sensori e software di intelligenza artificiale; in questo modo, le aziende possono effettuare interventi tempestivi, per massimizzare i risultati. **Monitoraggio della catena del freddo.** Ha l'obiettivo di garantire al consumatore qualità e sicurezza, dal momento in cui il prodotto lascia l'azienda produttrice fino a quando viene esposto sullo scaffale del punto di vendita. La soluzione consente di tracciare le temperature in ogni istante e di riconoscere i prodotti che hanno subito anomalie durante il loro ciclo di vita e i punti in cui ciò è successo.

**Tracciabilità di filiera.** La soluzione supporta lo scambio di informazioni fra tutti gli attori, consentendo di ricostruire la storia di ogni prodotto attraverso la filiera produttiva e gli impatti che ogni materia prima o processo hanno sui prodotti fi-

**L'Accenture** Food Innovation Center nasce per supportare le aziende del settore alimentare nell'area dell'integrazione di filiera e della comunicazione fra le aziende stesse e i consumatori, attraverso l'organizzazione di workshop su temi specifici e attività di R&D, volte alla realizzazione di prototipi e soluzioni verticali.

nali (tracciabilità e rintracciabilità).

**La comunicazione azienda/consumatore**

Il percorso si conclude coinvolgendo il consumatore: l'azienda può trasmettergli le informazioni e i servizi di cui ha bisogno, dove e quando servono; allo stesso tempo, può raccogliere informazioni relative a gusti, preferenze, interessi. Quando il prodotto arriva nel punto di vendita, l'a-

zienda è presente e supporta il processo di vendita, attraverso soluzioni innovative, volte a comunicare i valori del marchio e in grado di selezionare opportunamente i messaggi, sulla base del contesto specifico del negozio, delle azioni del consumatore e del suo profilo. Quando, poi, il prodotto arriva al consumatore, costui può entrare in un mondo di servizi a valore aggiunto e fruire di un potente canale di comunica-

zione messo a disposizione dall'azienda, con il semplice gesto di fotografare con il cellulare un prodotto o una pubblicità. Si tratta di una soluzione semplice, innovativa ed efficace, per mettere a disposizione dell'utente finale informazioni e servizi, sia pre sia post-vendita, attraverso l'uso del dispositivo oggi più diffuso.

Il ciclo si conclude quando il prodotto entra nella casa del cliente finale: in questa fase, l'azienda entra direttamente in cucina, supportando il consumatore attraverso servizi a valore aggiunto fruibili nel momento in cui il prodotto è effettivamente usato. Nel contempo, il canale di comunicazione così aperto può consentire all'azienda di conoscere meglio il cliente, proprio nel momento in cui è più disponibile a dialogare con il produttore.

**Il Customer Innovation Network**

**L'Accenture** Food Innovation Center fa parte dell'**Accenture** Customer Innovation Network, una rete globale di Centri di ricerca, innovazione, sviluppo e distribuzione, focalizzati sul business ad alte performance e sull'innovazione incentrata sul consumatore.

Costituito da 4 Centri, dislocati a Chicago, Düsseldorf, Milano e Shanghai, il network è finalizzato a esplorare le tendenze del consumo, per dare spunti innovativi alle aziende, per migliorare l'esperienza del consumatore, attraverso l'uso della tecnologia. Il visitatore, infatti, interagisce con demo, video, prototipi e soluzioni, che evidenziano il valore che un approccio focalizzato sul cliente finale può portare all'azienda. In particolare, il Centro di Milano è focalizzato su due settori: il food e il sistema moda e beni di lusso.

Il Network è anche in stretto contatto con gli **Accenture** Technology Labs, l'organizzazione di R&D di **Accenture**. Il



**Accenture Customer Innovation Network (in grigio): Chicago, Dusseldorf, Milano, Shanghai**  
**Accenture Technology Labs (in rosso): Chicago, Palo Alto, Sophia Antipolis, Bangalore**

centro, inoltre, costituisce l'hub del programma **Accenture** Innovation Bridge per il settore alimentare, un programma finalizzato a facilitare la collaborazione tra aziende, università ed enti di ricerca.



High performance. Delivered.

**Accenture** spa  
Largo Donegani, 2  
20121 Milano  
Tel. 02.777.1  
Fax 02.7776.99999  
[www.accenture.com](http://www.accenture.com)