

La devoluzione alimentare nelle aziende distributive

Carlo Delmenico
Direzione Responsabilità Sociale d'Impresa
SMA spa

Premessa

- La devoluzione di prodotti alimentari va inquadrata all'interno della tematica più ampia della lotta allo spreco di cui ne costituisce una delle possibili soluzioni

Genesi del fenomeno

- L'intima essenza del commercio prende avvio dalla proposta di un prodotto che viene offerto ad un potenziale cliente.
- Il non acquisto e relativo utilizzo in tempo utile per la fruizione determina il possibile spreco.

Il sistema di reporting

- Il potenziamento dei sistemi di informazioni consentono oggi di conoscere, per punto vendita, per settore merceologico, per giorno, per item i dati relativi alla dimensione del fenomeno.

La cultura del non spreco

- La progressiva conoscenza dei valori/volumi di spreco sono oggi oggetto di attenta analisi e di formulazione di precisi obiettivi per singolo negozio/reparto che sono seguiti gestionalmente

La prevenzione

- La gestione a deposito
 - Gestione dei lotti
- La gestione di negozio
 - Il riordino assistito
- La gestione di prodotti freschi
 - Stock massimi

La devoluzione

- Le prassi : standardizzate nei tempi e nelle modalità
- I partner: affidabili, selezionati e formati
- Le difficoltà: copertura territoriale e affidabilità

Conclusioni

- Il tema dello spreco alimentare va visto in tutte le sue fasi e l'interazione fra i protagonisti di fasi collegate è fondamentale.
- Expo ha portato in primo piano questo tema ed alcune iniziative sono partite: è imperativo non lasciarle cadere alzando il livello di comunicazione.
- E' necessario trovare un equilibrio economico per tutti gli attori del processo.