

## Imballaggi pronti per la vendita: non è solo una questione logistica

Gli imballaggi pronti per la vendita (IPV) favoriscono lo sviluppo delle vendite oltre a migliorare l'efficienza dei processi di gestione. È quanto emerge da uno studio condotto da **KPMG Advisory** per **Indicod-Ecr**, sugli impatti dell'IPV nel panorama italiano, con l'obiettivo di diffondere in Italia le esperienze internazionali sull'IPV, definendo un processo collaborativo e degli strumenti a supporto dello sviluppo delle soluzioni IPV.

Il progetto parte dall'indagine sullo stato dell'arte dell'IPV nel biennio 2007-2008, nel quale si conferma una significativa diffusione delle iniziative IPV, sostenuta anche dalle attività Ecr in corso.

Nell'ambito del gruppo di lavoro sull'IPV in Italia, composto da circa 30 aziende, sono stati realizzati quattro progetti pilota con lo scopo di verificare la sostenibilità del business case sia per l'industria che per la distribuzione:

- **Auchan e Coca-Cola**
- **Carrefour e Procter&Gamble**
- **Esselunga e Mars Italia**
- **Selex e Kraft**

A differenza dei risultati dell'indagine e delle evidenze emerse dalle principali esperienze europee, che individuano i principali benefici attesi nella riduzione delle rotture di stock e nell'aumento della disponibilità dei prodotti, i piloti sviluppati in Italia evidenziano importanti opportunità in termini di recupero vendite e riduzione dei costi, soprattutto in relazione ai tempi di caricamento dello scaffale, con un impatto positivo sul risultato netto dell'iniziativa.

Tendenzialmente la ricerca di soluzioni innovative per il packaging pronta vendita favorisce l'adozione di soluzioni mono-materiale in sostituzione di quelle preesistenti multi-materiale, con un miglioramento nella gestione dei rifiuti da imballaggio. In qualche caso addirittura l'adozione di soluzioni IPV può consentire la riduzione della quantità di packaging utilizzato.

Le soluzioni IPV sono accolte positivamente anche da consumatori e addetti di punto vendita, che riconoscono la maggiore leggibilità e pulizia dello scaffale, la riduzione di complessità e rischiosità durante le operazioni di *handling* dei prodotti nel punto vendita.

Anche il giudizio dei manager coinvolti è molto positivo, i quali sottolineano l'importanza del valore della collaborazione interaziendale ma anche interfunzionale all'interno delle proprie aziende, quale fattore critico di successo dell'iniziativa.

Su queste premesse si colloca l'avvio del monitoraggio del tasso di adozione delle soluzioni IPV.

Il progetto si svilupperà nel corso del 2009 e prevede l'analisi del *roll-out* dei piloti sviluppati nel 2008 e una mappatura presso alcune strutture distributive delle referenze IPV presenti a magazzino e a punto vendita. Nell'ambito del monitoraggio, nei mesi di maggio/giugno, verrà inoltre svolta una ricerca tra le aziende aderenti a Ecr Italia, con l'obiettivo di mappare lo stato di diffusione, i benefici attesi e le eventuali criticità legate alle soluzioni IPV.

*Per informazioni sul progetto IPV di Ecr Italia è possibile collegarsi al sito [Indicod-Ecr](http://Indicod-Ecr), oppure scrivere a [silvia.scalia@indicod-ecr.it](mailto:silvia.scalia@indicod-ecr.it)*

A cura di Antonella Altavilla e Stefano Bettio, KPMG Advisory