



21/03/2023

## Quarta gamma, Terra & Vita usa l'intelligenza artificiale

Il presidente Gian Nava: «Banchi più performanti con i nostri merchandiser»

ALICE MAGNANI  
 redazione@italiafruit.net  
 WWW.ITALIAFRUIT.NET

Solo chi sa innovare è in grado di distinguersi dagli altri. Ed è quello che succede per Terra & Vita, azienda bergamasca leader nella produzione e distribuzione di prodotti di quarta e quinta gamma, che ha registrato nel 2022 un incremento di fatturato del 19,7% e nel primo bimestre del 2023 cresce ancora a doppia cifra.

L'azienda ha introdotto da tempo una gestione diretta della distribuzione dei propri prodotti tramite un esclusivo e certificato servizio di full merchandising in store adattato e personalizzato per ogni singolo punto vendita. Con Gian Nava (presidente della Spa) abbiamo fatto il punto sugli elementi che aggiungono valore alla quarta gamma con questo sistema: in primis l'applicazione dell'intelligenza artificiale a tutti i processi, dalla semina al banco vendita, e un'Accademy interna di formazione per i merchandiser.



Partiamo dalla formazione garantita dall'Academy aziendale: "Consapevoli dei numerosi sforzi che facevamo in agricoltura per avere prodotti di alta qualità, ci siamo accorti che mancava personale specializzato nel settore dei freschissimi per dare valore ai nostri prodotti. Nelle catene distributive ci sono molte persone formate nell'organizzazione dei display ma non specializzate sulla nostra merceologia per questo abbiamo deciso di investire in un'accademy interna". E continua: "Trattiamo articoli dalla shelf-life molto limitata e che per loro natura sono molto delicati e facilmente deteriorabili per numerosi fattori, dobbiamo essere molto veloci e attenti nella gestione e occorre conoscere a fondo le caratteristiche di ogni singolo prodotto. Ci piace avere un contatto diretto con i nostri clienti della distribuzione e questo metodo di lavoro ci permette di offrire la massima trasparenza possibile. Sappiamo che fare entrare persone esterne nei punti vendita è molto complicato, i retailer si fidano dei propri partner giustamente solo dopo che essi hanno dimostrato la massima fiducia e trasparenza. Per questo da sempre abbiamo deciso di certificare il nostro servizio di merchandising, tutti i merchandiser sul campo sono dipendenti diretti, li selezioniamo e li formiamo nella nostra accademy. Il servizio esclusivo che offriamo con la nostra linea di prodotti ha un alto livello di servizio, un valore aggiunto importantissimo da mantenere sempre con un elevato standard di qualità per raggiungere gli obiettivi prefissati con i buyer".



"Stiamo investendo molto nella formazione - dice il presidente della Spa - e sono i nostri merchandiser di esperienza (attualmente 82 persone) a formare continuamente quelli nuovi (che ora sono 6) mentre a presiedere tutte le risorse ci sono 4 tutor".

"Spesso - aggiunge - viene scambiato il fatto che lavorare al punto vendita significhi solo fare una consegna, in realtà il lavoro più prezioso avviene nei murali refrigerati interni ai negozi". Ed è qui che entra in gioco l'intelligenza artificiale come supporto al lavoro dei merchandiser. "I nostri operatori non si limitano ad esporre la merce ma operano anche scelte a livello di selezione prodotto, di rotazione e di gestione dell'inventario. Per affinare il loro lavoro abbiamo creato internamente un software che, in base a determinati algoritmi, supporta il merchandiser nella scelta prodotto, su come fare gli ordini e su cosa mettere in evidenza aiutandolo a sbagliare il meno possibile sia in termini di assortimento che di rotazione e reso del prodotto".



Tutti i resi per non conformità o raggiunto Tmc (termine minimo di conservazione, data di scadenza ndr) vengono rimborsati da Terra e Vita al 100% ai propri clienti; qui entra in campo il supporto del software con intelligenza artificiale che supporta il team per raggiungere le massime performance in termini di vendita, rotazione e redditività, il tutto garantendo sempre la massima profondità di assortimento. "Il portale - aggiunge Nava -, oltre ad essere fruibile da tutti i merchandiser, è accessibile tramite area riservata anche dai buyer delle varie catene, che possono monitorare in tempo reale le statistiche di rotazione dettagliate per referenza in ogni loro singolo punto vendita, in diretta mentre i nostri merchandiser stanno operando sul campo, proprio per garantire la massima trasparenza dei dati di vendita in termini di incidenza e reso".

Il supporto dell'intelligenza artificiale applicata alla quarta e quinta gamma si estende a cascata anche al settore agricolo, produttivo e logistico, con notevoli vantaggi. "Lavorare con questo metodo, ci permette di non fare scorte di magazzino in nessuna delle nostre 18 piattaforme sparse nel centro nord - specifica Nava - produciamo solo ciò che ci serve secondo una perfetta ottica di sostenibilità. Nel tempo siamo riusciti anche a ridurre le rotture di stock e a tenere monitorate le rotazioni, fondamentali per il lancio di nuovi prodotti, come è successo ad esempio per i risotti (clicca qui per approfondire).



La nostra piattaforma logistica è direttamente agganciata al software aziendale e permette al brand Terra&Vita di consegnare giornalmente in ormai 1.620 punti vendita, effettuando il ritiro completo dell'inventario tramite una gestione completamente automatizzata. "Grazie all'intelligenza artificiale che collega via satellite il software alla nostra flotta di automezzi refrigerati - conclude il presidente della Spa - abbiamo ottimizzato il più possibile le tratte, operando economie di scala, che consentono sequenze logiche molto più efficienti che, a loro volta, garantiscono al nostro servizio il massimo risultato in termini di performance logistiche e di vendita. La piattaforma online offre un ulteriore aiuto anche per il tracciamento della catena del freddo: in caso di problemi arriva un alert in centrale senza alcun bisogno di segnalazione dei driver, che ci consente di intervenire tempestivamente. Operiamo secondo un'ottimizzazione costante delle nostre attività, siamo molto soddisfatti dei risultati raggiunti e ci stiamo preparando a lanciare nuove sfide al mercato".