



L'OTTIMIZZAZIONE della SUPPLY CHAIN nell'INDUSTRIA ALIMENTARE II edizione

Il cibo come servizio, tra innovazione ed efficienza logistica

Monza, 11 novembre 2016 – **Trace ID Food**, l'evento sulla logistica e tracciabilità nel mondo alimentare organizzato da Editrice TeMi con la partecipazione di Dekra Italia, **ha confermato ancora una volta oltre un centinaio di presenze in sala**, che ha preso attivamente parte all'intera giornata, apprezzando anche l'area espositiva, pensata per i momenti di networking tra gli ospiti e le **aziende sponsor di quest'anno: Ambrosiano Group, BeveRete, Getac Italia e Panasonic Toughbook**.

La seconda edizione ha suscitato molto interesse da parte dei partecipanti grazie alle **testimonianze di rilievo da aziende top player del settore, tra cui Lavazza, Nestlè, Zerbinati e il Centro Agroalimentare di Genova**, che hanno condiviso le loro strategie per ottenere maggiore efficienza dai processi. Si è parlato quindi di **logistica collaborativa** e delle **tecnologie** che la rendono possibile, di dematerializzazione per una **maggiore trasparenza della catena distributiva**, di **supply chain complesse** a misura del mercato mondiale e poi ancora di **eCommerce** e dell'importanza del **servizio logistico per non interrompere la cold chain**, che interessa i prodotti del fresco e del freddo.

Oltre a tutto questo, sono sorte interessanti riflessioni sulla **percezione del cibo da parte del consumatore contemporaneo: non solo alimento, ma anche prodotto al quale collegare tutta una serie di servizi**, dal tipo di packaging alla consegna espressa, per un'esperienza decisamente personalizzata. Inoltre, ad eccezione dei cibi senza glutine, sembra ancora mancare un'offerta mirata per alcune categorie di consumatori, come ad esempio i diabetici, che rappresenterebbe una vera miniera d'oro per i produttori agroalimentari.

Questo nuovo approccio non può che far riflettere le aziende produttrici sull'**organizzazione dell'intera supply chain, ragionando a più canali e su più paesi**, non fermandosi soltanto alla qualità dei prodotti ma puntando a dei servizi accessori ad ampio spettro che in fin dei conti concorrono a formare la tanto famosa "**customer experience**" già ampiamente consolidata in altri settori, tra cui il fashion. Immane infine l'area espositiva per i momenti di networking tra i partecipanti e le aziende sponsor di questa edizione.

Ricordiamo che **a breve saranno disponibili sul sito le presentazioni dei protagonisti di Trace ID Food 2016**, nonché foto e video dell'intera giornata.

Non ci resta che ringraziare tutti i partecipanti e rinnovare l'invito alla prossima edizione, con tanti altri protagonisti e temi sfiziosi da portare in tavola!

Per tutta la documentazione sulla II edizione di Trace ID Food: www.trace-id.eu