



CASE HISTORY
DEMAND PLANNING
PER IL **FOOD**

Morato Pane



SETTORE

Food

DIPENDENTI

230

FATTURATO 2017

60 milioni

PAESE

Italia

Chi è Morato Pane

Morato Pane nasce nel 1970 in una bottega artigianale di Vicenza, dove il fondatore Luigi Morato sforna un **nuovo concetto di pane**: pratico, gustoso e innovativo nel formato.

Il grande successo ottenuto spinge Luigi ad affacciarsi al mondo industriale con dei prodotti dedicati, “Bruschelle” e “Spuntinelle”, che fin da subito conquistano il mercato nazionale e consentono all’impresa di trasferirsi presso gli stabilimenti produttivi di Altavilla Vicentina.

Nel 2014 l’azienda aggiunge la parola “idee” al proprio marchio storico per testimoniare come la **creatività e l’innovazione** siano i valori centrali che la contraddistinguono e che la guidano da sempre.

Oggi l’azienda produce diverse linee di panificati per la grande distribuzione, per un volume complessivo di 22 mila tonnellate annue distribuite sul mercato italiano ed estero, che la rendono il **secondo gruppo italiano nel mercato dei sostitutivi del pane industriale**.

Esigenza del Cliente

Soluzione che permetta di **elaborare, analizzare, validare e condividere** con le altre funzioni aziendali la **domanda previsionale**, in base alle promozioni e la scontistica applicata, con lo scopo di equilibrare domanda e produzione.

Caratteristiche della Soluzione

Per rispondere alle esigenze di Morato Pane, beanTech ha sviluppato una soluzione di **Demand Planning**, costituita dai seguenti 3 moduli:

- **Algoritmi matematico-statistici** per analizzare i dati storici e ottimizzare la previsione della domanda;
- **Portale web dedicato** alla rete commerciale, come interfaccia personalizzata di interazione con i dati di domanda, allo scopo di incorporare la conoscenza del mercato alle previsioni;
- **Strumento di visualizzazione, gestione e analisi dei dati** aggregati dedicato ai responsabili del processo di Demand Planning.

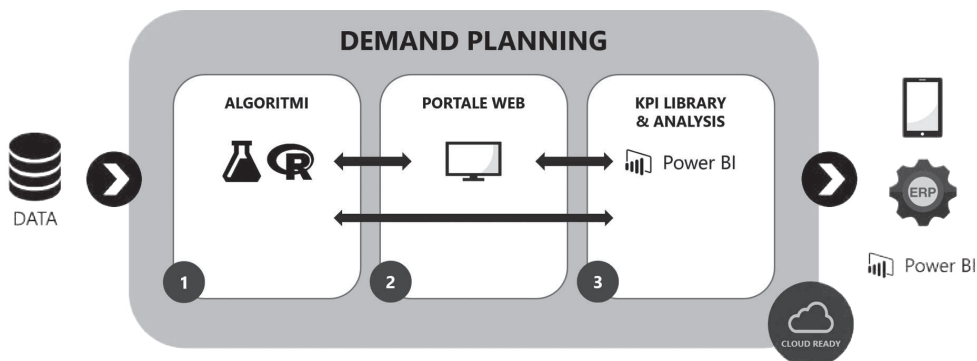
Tale soluzione mette a disposizione del Cliente degli strumenti bidirezionali che si **integrano e comunicano** con il sistema informativo interno (**gestionale ERP**).

Inoltre, essa è stata personalizzata con alcune variabili aggiuntive caratteristiche del settore in cui Morato Pane opera; ovvero:

- le **promozioni** e la scontistica applicata nell'ambito della GDO;
- la **deperibilità** dei prodotti;
- la **stagionalità**.

In particolare la piattaforma è stata adattata per renderla accessibile sia ai commerciali che si interfacciano con la GDO ed i punti vendita, mettendo in produzione le loro richieste nel medio termine, sia al management per le decisioni strategiche di lungo periodo. Le previsioni vengono realizzate su base mensile con una re-distribuzione settimanale dei prodotti

Schema dell'Architettura



Processo del Demand Planning

Il processo di Demand Planning segue un flusso così articolato:

1. GESTIONE DELLE PROMOZIONI/SCONTISTICA

Vengono inserite a sistema tutte le informazioni necessarie a caratterizzare una determinata promozione o scontistica

2. ANALISI DELLE VENDITE STORICHE

In questa fase viene effettuata la raccolta e l'analisi statistica dei dati storici riguardanti i consumi del mercato (**Demand Analytics**). Essi vengono «puliti» da valori anomali che derivano da eventi difficilmente ripetibili in futuro, come vendite promozionali, stockout, festività mobili (**Sales Cleaning**).

3. APPLICAZIONE DI ALGORITMI MATEMATICO-STATISTICI

Alle serie storiche vengono applicati dei modelli matematico-statistici per l'elaborazione della previsione della domanda (**Sales Forecasting**).

4. ANALISI DELLA PREVISIONE

Il demand planner analizza la previsione ottenuta e, se opportuno, la modifica; quindi la propone all'area commerciale che confermerà o modificherà quanto proposto secondo le quantità promozionali previste (**Consensus Forecasting**).

5. DEMAND PLAN

Ottenimento di un forecast unico che tiene presente della previsione statistica, delle promozioni, delle azioni di marketing, dell'introduzione di nuovi prodotti e dei limiti produttivi dell'azienda.

Infine il Demand Plan viene condiviso con tutte le funzioni aziendali.



Vantaggi della Soluzione

- **Pianificazione** efficiente della **supply chain**;
- **Gestione** mirata delle **promozioni**;
- **Ottimizzazione** della **shelf-life** (vita del prodotto a scaffale);
- **Riduzione degli over-stock e stockout**;
- **Riduzione dei costi** di gestione del magazzino e della distribuzione;
- **Tempi rapidi di risposta al mercato**;
- **Miglioramento** del livello del **servizio al cliente**;
- **Personalizzazione** della soluzione;
- **Flessibilità** della soluzione.

La soluzione ha consentito a Morato Pane di ottenere un'importante incremento percentuale in termini di accuratezza della previsione; il quale, a sua volta, si è tradotto in un miglioramento del livello di servizio al Cliente, ovvero un'evasione degli ordini prossima al 100%:

ACCURATEZZA PREVISIONE

85%

EVASIONE ORDINI

ffi 100%



Dichiarazione di Morato Pane

Dimezzare l'errore sulla previsione della domanda: questa è la scommessa raggiunta in pochi mesi grazie al sistema di Demand Planning sviluppato da beanTech per Morato Pane. Numeri fondamentali per un'azienda come la nostra che produce un prodotto primario, tanto diffuso quanto velocemente deperibile a scaffale, come il pane. Grazie a questo progetto abbiamo **migliorato il servizio al cliente** arrivando ad un'**evasione degli ordini che sfiora il 100%**, e abbiamo

razionalizzato la nostra efficienza logistica e produttiva. Prima ci affidavamo all'esperienza storica e personale sul singolo prodotto e per singolo cliente nell'arco temporale di un mese, ora i valori del Demand Planning ci permettono di organizzare la produzione su periodi più brevi e con dati statistici nettamente più affidabili.



Vincenzo Bua
ICT Manager

Dichiarazione di beanTech

La soluzione di Demand Planning sviluppata per Morato Pane ha dovuto confrontarsi con diverse peculiarità e criticità del settore in cui esso opera, dalla necessità di guidare il processo produttivo di centinaia di articoli alle caratteristiche stesse dei prodotti, soggetti a rapido deperimento. L'obiettivo primario risultava essere quindi la **minimizzazione del livello di stock-out**, al fine di **massimizzare il livello di servizio dei clienti, riducendo** al contempo **il rischio di over-stock**. Gli obiettivi sono stati raggiunti non solo grazie al complesso motore previsionale, cuore della piattaforma di Demand Planning, ma grazie anche ai **processi di Consensus e**

di pianificazione delle promozioni gestite all'interno del Portale Web dedicato. Tramite soluzione Microsoft Power BI, tanto gli account, quanto il Demand Planner, hanno inoltre la possibilità di **monitorare le performance della piattaforma** nel suo complesso, dal motore previsionale al processo di Consensus.



Elisa Piccin
Data Engineer Industrial Analytics Specialist



Contatti

Tel. +39 0432 889787

Email info@beantech.it

Web

www.beantech.it/blog

www.beantech.it


Social network

 [BeanTechSRL](#)

 [beanTechIT](#)

 [beantech_It](#)

 [BeanTechSRL](#)

 [beantechIT](#)

