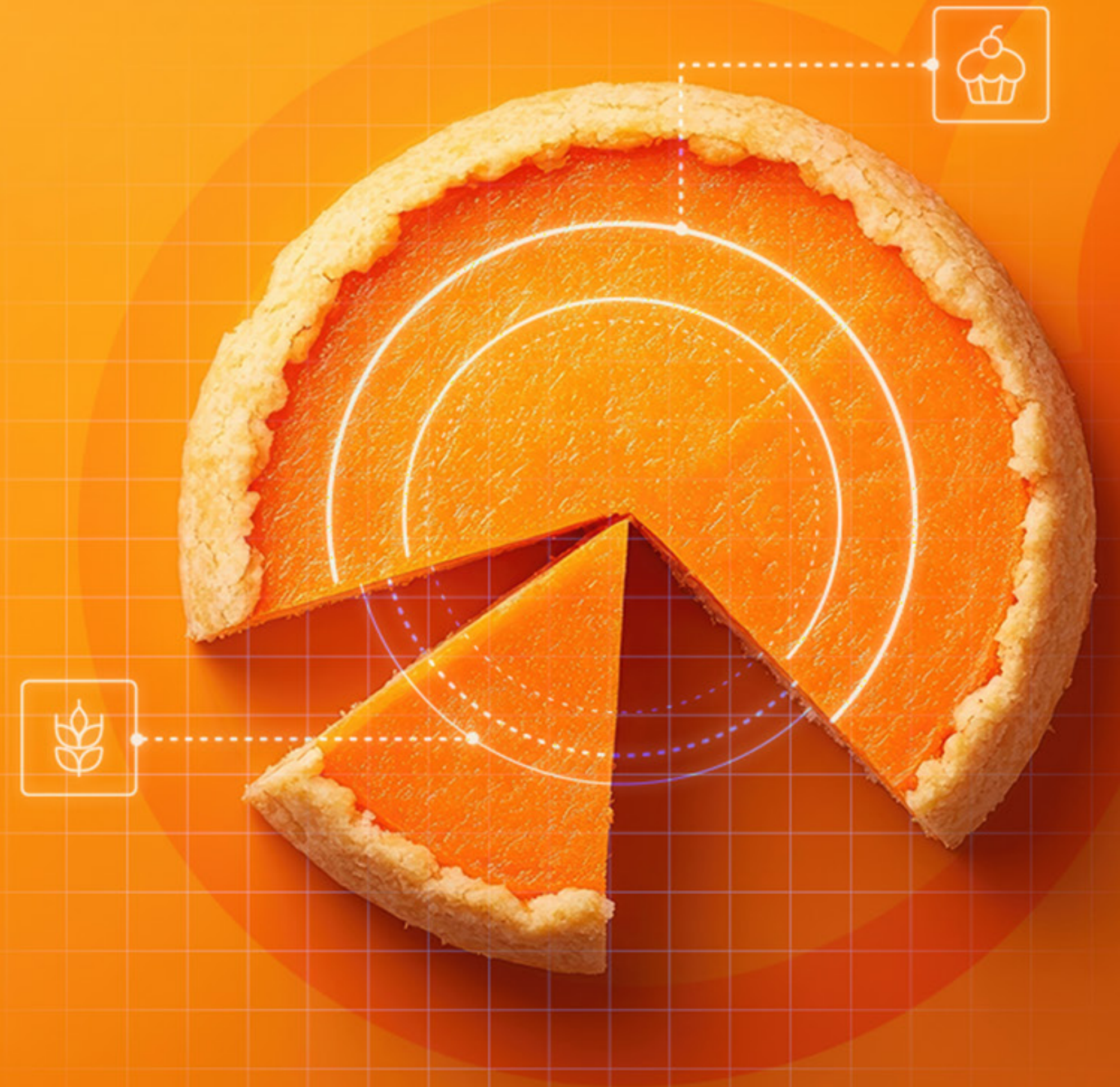


# Dall'idea allo scaffale: La guida data-driven al pre-lancio nel Food & Beverage





# Indice

|                                                                        |   |
|------------------------------------------------------------------------|---|
| Il ruolo dei dati nel processo decisionale del settore Food & Beverage | 4 |
| 1. Trasformare le performance di prodotto in nuove Idee                | 5 |
| 2. La fase decisionale: valutazione della fattibilità                  | 6 |
| 3. Selezione e collaborazione dei fornitori                            | 7 |
| Conclusione                                                            | 8 |







# IL VIAGGIO DI LANCIO DEL PRODOTTO





# Il ruolo dei dati nel processo decisionale del settore Food & Beverage

In un'epoca in cui il comportamento dei consumatori cambia alla velocità della luce, i dati sono l'elemento che mantiene competitive le aziende di Food & Beverage. Chi capisce come conquistare, interpretare e agire in base ai dati ottiene un vantaggio innegabile, che consente di prevedere le tendenze, ottimizzare le attività operative e perfezionare l'offerta di prodotti con estrema precisione.

## Perché i dati sono importanti

- Le aziende che sfruttano strategie basate sui dati registrano un'efficienza operativa superiore del 30%.<sup>1</sup>
- Le aziende che utilizzano analisi approfondite dei dati in tempo reale (insight) migliorano la reattività alle fluttuazioni della domanda, riducendo l'esaurimento scorte e la sovrapproduzione.
- L'analisi predittiva nel settore F&B riduce gli sprechi fino al 20%, portando a risparmi sui costi e sostenibilità.<sup>2</sup>

RICHIEDI UNA  
DEMO



1. "The data-driven enterprise of 2025", 28 gennaio 2022, [mckinsey.com](https://www.mckinsey.com)

2. "Edges of Southeast Asia Second Edition", 12 novembre 2024, [deloitte.com](https://www.deloitte.com)



### Checklist:

#### Cosa dovrebbe monitorare ogni leader nel settore F&B

- ☐ **Comportamento e preferenze dei consumatori**  
Capire cosa, quando e perché i clienti acquistano
- ☐ **Metriche delle prestazioni di vendita**  
Identificare gli SKU con le migliori prestazioni e ottimizzare le strategie di prezzo
- ☐ **Dati sulla catena di fornitura e sull'inventario**  
Garantire la disponibilità dei prodotti riducendo al minimo le scorte in eccesso
- ☐ **Analisi del mercato e della concorrenza**  
Monitorare l'andamento dei prezzi, l'innovazione e il posizionamento dei concorrenti
- ☐ **Dati normativi e di conformità**  
Adattarsi all'evoluzione delle normative e garantire gli standard di sicurezza alimentare



# 1. Trasformare le performance di prodotto in nuove Idee

Per avere successo nell'innovazione di prodotto bisogna partire da un'analisi approfondita del mercato. Le aziende devono valutare le prestazioni storiche, riconoscere i cambiamenti dei consumatori e allineare le iniziative di innovazione con le tendenze emergenti dei consumatori e delle categorie. Senza dati strutturati, i team faticano a identificare le lacune e a prendere decisioni informate.

## Criteri chiave di valutazione:

- **Analisi dei risultati di vendita:** Confronto dei trend di vendita annuali e delle variazioni regionali
- **Trend di mercato:** Preferenze emergenti dei consumatori e ingredienti innovativi
- **Analisi competitiva:** Catalogare il vostro portafoglio di private label insieme ai prodotti di marca e ai brand nazionali per identificare gli articoli con le migliori prestazioni e stabilire chiari obiettivi di benchmarking per lo sviluppo di private label
- **Posizionamento del marchio:** Allineamento delle nuove idee di prodotto con la strategia del marchio e i target demografici

## Soluzione

### Centric Visual Assortment Board™ per insight e collaborazione visiva

Le Centric Visual Board centralizzano il processo decisionale basato sui dati consentendo ai team di:

- Visualizzare i dati sulle prestazioni dei prodotti in tempo reale e storici attraverso dashboard altamente intuitive.
- Esplorare scenari ipotetici (what-if) illimitati per creare assortimenti ad alte prestazioni specifici per canale.
- Allineare i concetti di prodotto con la strategia del marchio e la domanda dei consumatori.

"Gli strumenti digitali e di analisi possono sfruttare i dati storici sulle promozioni e sulle scorte per aiutare a definire l'entità e la tempistica delle promozioni future. Poiché aggiornare e sintetizzare dati senza strumenti di analisi avanzata e AI può essere costoso, l'uso di questi strumenti può aiutare le aziende di alimenti e bevande a ridurre i costi e a migliorare al tempo stesso le prestazioni."

McKinsey <sup>3</sup>



3. "Fortune or fiction? The real value of a digital and AI transformation in CPG", 3 ottobre 2024, [mckinsey.com](https://www.mckinsey.com)



## 2. La fase decisionale: valutazione della fattibilità

Ogni idea di prodotto deve superare una rigorosa valutazione di fattibilità per garantire la redditività commerciale. Questa fase prevede la valutazione di molteplici fattori da parte di diverse divisioni aziendali.

### Criteri chiave di valutazione:

- **Fattibilità tecnica:** Compatibilità con le formulazioni esistenti e le capacità produttive
- **Analisi dei costi:** Allineamento dei costi dei materiali e di produzione con le previsioni di budget
- **Prontezza della catena di fornitura:** Disponibilità di fornitori qualificati e affidabili
- **Conformità normativa:** Rispetto delle normative specifiche di ogni mercato
- **Considerazioni sulla sostenibilità:** Ottimizzazione dell'imballaggio e dell'approvvigionamento degli ingredienti nell'ottica della sostenibilità

### Soluzione

#### Centric PLM™ per una valutazione di fattibilità semplificata

Centric PLM consente ai team di centralizzare le valutazioni di fattibilità e automatizzare i flussi di lavoro principali:

- Utilizzando il matching delle formulazioni basato sull'AI per una rapida valutazione della fattibilità.
- Semplificando l'analisi dei costi e l'approvvigionamento con dati in tempo reale e flussi di lavoro automatizzati.
- Automatizzando la conformità per le regole specifiche del Paese, l'etichettatura, la documentazione e la convalida dell'imballaggio.
- Semplificando la visibilità della catena di fornitura, la collaborazione con i fornitori e il monitoraggio delle certificazioni.
- Integrando il monitoraggio della sostenibilità, la tracciabilità e i dati di approvvigionamento nel ciclo di vita del prodotto.



### In evidenza

#### Accelerare lo sviluppo del prodotto con l'AI

I metodi di formulazione tradizionali si basano su lunghi processi di "tentativi ed errori", che richiedono molteplici iterazioni per ottenere la ricetta ottimale. Le funzionalità basate sull'AI di Centric PLM rivoluzionano questo processo. Formula Match introduce un nuovo livello di ottimizzazione della formulazione. Questo strumento avanzato confronta istantaneamente più ricette e identifica le sostituzioni di ingredienti più pertinenti, garantendo un perfetto allineamento con i requisiti del prodotto e del mercato.

#### Gestione dell'etichettatura

Centric PLM offre una gestione avanzata delle formulazioni con tracciabilità completa di ingredienti e ricette. I requisiti normativi sono integrati nel sistema, consentendo la generazione automatica di etichette conformi — inclusi valori nutrizionali, elenchi di allergeni e Paese di origine — personalizzate per ogni mercato in cui il prodotto viene venduto. Centric PLM semplifica inoltre gli aggiornamenti in risposta alle modifiche normative, garantendo che tutti i prodotti rimangano conformi nelle varie regioni e riducendo i rischi.



### 3. Selezione e collaborazione dei fornitori

Scegliere i fornitori giusti è una necessità strategica. I metodi di selezione tradizionali spesso comportano lunghi processi manuali che rallentano l'innovazione e aumentano i rischi operativi.

**Criteri chiave di valutazione:**

- **Capacità del fornitore:** Capacità di soddisfare i requisiti di qualità, sicurezza e innovazione del prodotto
- **Costo e tempi di consegna:** Strutture di prezzo e tempistiche di consegna in linea con i programmi di lancio
- **Sostenibilità e conformità:** Allineamento del fornitore con gli obiettivi di sostenibilità e gli standard normativi
- **Affidabilità e scalabilità:** Registro storico del fornitore e capacità di adeguarsi alla domanda

**Soluzione**

**Centric PLM per la collaborazione con i fornitori**

Centric PLM semplifica la gestione dei fornitori consentendo ai team di approvvigionamento di:

- Centralizzare i profili dei fornitori, le certificazioni e i dati sulla qualità/sicurezza per valutazioni rapide e informate in un'unica vista.
- Ottimizzare le RFQ e l'analisi dei costi per un approvvigionamento tempestivo e allineato al budget.
- Monitorare le certificazioni, la conformità alle normative e le metriche di sostenibilità attraverso dashboard intuitive.
- Monitorare le prestazioni e la capacità del fornitore utilizzando punteggi automatizzati basati su criteri predefiniti.

“Il monitoraggio dell'incremento dei prezzi unitari consente un'analisi accurata della relazione causa-effetto tra la fornitura di ingredienti e l'impatto sui prezzi del prodotto finale.”

Jared Conway,  
Euromonitor <sup>4</sup>

“I team di tutte le funzioni aziendali utilizzano la stessa fonte di dati e hanno visibilità sull'avanzamento del progetto. Possiamo così collaborare in modo efficiente per definire i brief dei materiali grafici e approvarli, ma anche definire, gestire e approvvigionare gli articoli di imballaggio, tutto in un unico sistema.



Uno dei primi cinque produttori mondiali di prodotti a base di patate refrigerati, surgelati ed essiccati.



4. Jared Conway, “How to Track End Product Prices and Availability by Ingredient in Soft Drinks”, 4 febbraio 2023, [Euromonitor.com](https://www.euromonitor.com)



## Conclusione

Lanciare un prodotto sul mercato richiede più della creatività: serve un processo decisionale strutturato e basato sui dati fin dal primo giorno. Combinando analisi approfondite delle prestazioni, rigorose valutazioni di fattibilità e collaborazione strategica con i fornitori, i leader del settore Food & Beverage possono ridurre i rischi, controllare i costi e accelerare il time-to-market.

Quando i dati di prodotto, i flussi di lavoro di conformità e la collaborazione per tutte le funzioni aziendali sono centralizzati, i team passano dall'incertezza alla chiarezza. Il risultato è una maggiore prontezza al lancio, meno sorprese dell'ultimo minuto e prodotti commercialmente validi prima ancora di raggiungere lo scaffale.

Leggete gli approfondimenti degli analisti sul riconoscimento di Centric PLM nella Gartner® 2025 Market Guide e nel 2025 SPARK Matrix™ Report per il Product Lifecycle Management.

**Sei pronto a rafforzare la tua strategia di pre-lancio?**  
Scopri come il PLM guidato dai dati favorisce uno sviluppo  
prodotto più intelligente e veloce.

**PRENOTA UNA DEMO**





# Informazioni su Centric Software®

Dalla sua sede nella Silicon Valley, Centric Software fornisce la piattaforma di Product Lifecycle Management (PLM) leader di mercato e potenziata dall'AI per produttori di generi alimentari e bevande, grocery, brand e retailer multi-categoria. Esperta in tutti i beni di largo consumo ad alta rotazione, Centric Software offre soluzioni best-of-breed per progettare, sviluppare, approvvigionare, garantire la conformità, acquistare, produrre, confezionare, creare assortimenti, promuovere e vendere prodotti. Le soluzioni di Centric Software ottimizzano il portafoglio prodotti, armonizzano le offerte e snelliscono lo sviluppo, accelerando il time-to-market e l'innovazione, migliorando al contempo il controllo qualità e garantendo la conformità normativa.

- **Centric PLM™** integra best practice di settore e funzionalità innovative potenziate dall'AI, progettate specificamente per produttori del Food & Beverage, retailer e fornitori di servizi alimentari. Gestisce in modo fluido l'intero ciclo di vita del prodotto, dallo sviluppo iniziale del concept e della formula al packaging, qualità, collaborazione con i fornitori, etichettatura nutrizionale, produzione, razionalizzazione delle SKU e oltre. I risultati includono un miglioramento fino al 50% della produttività e una riduzione del 60% del time-to-market.
- **Centric Visual Boards™** è uno strumento a orientamento visuale per l'ottimizzazione del portafoglio prodotti. Uno spazio di lavoro accessibile integra dati e immagini in tempo reale provenienti da diversi sistemi aziendali. È un nuovo modo di lavorare, visivo e collaborativo, per garantire offerte di prodotto coerenti e in linea con i consumatori, riducendo drasticamente i tempi del ciclo di sviluppo degli assortimenti.
- **Centric PXM™**, la soluzione di product experience management (PXM) potenziata dall'AI, integra PIM, DAM, content syndication e digital shelf analytics (DSA) per ottimizzare il ciclo di commercializzazione del prodotto, trasformando l'esperienza del brand. Aumenta i canali di vendita, incrementa il sell-through e migliora i margini.

Le soluzioni di Centric Software, orientate dalle esigenze del mercato, vantano il più alto tasso di adozione da parte degli utenti, il massimo livello di soddisfazione dei clienti e il time-to-value più rapido del settore. Centric Software ha ricevuto numerosi premi e riconoscimenti di settore ed è regolarmente citata nei report e nelle ricerche dei principali analisti a livello mondiale.

Centric Software è una società controllata da Dassault Systèmes (Euronext Paris: #13065, DSY.PA), leader mondiale nel software di progettazione 3D, nei digital mock-up 3D e nelle soluzioni PLM.

*Centric Software è un marchio registrato di Centric Software, Inc. negli Stati Uniti e in altri Paesi. Centric PLM, Centric Planning, Centric Pricing & Inventory, Centric Market Intelligence, Centric Visual Boards, Centric PXM, Centric PIM™, Centric DAM™, Centric Shoppingfeed® e Centric DSA™ (incluso Centric Digital Shelf Analytics™) sono marchi registrati di Centric Software, Inc. Tutti i marchi registrati di terze parti sono trademark dei rispettivi titolari.*

 **CentricSoftware®**  
[www.centricsoftware.com/](https://www.centricsoftware.com/)



PRENOTA UNA DEMO

