

Cambia la supply chain e con essa il magazzino. Sotto la spinta di fattori esterni, come la pressione promozionale, la necessità di seconde lavorazioni e personalizzazioni dei prodotti, la velocizzazione dei tempi di consegna e il rimodularsi dei luoghi e delle distanze da percorrere o in conseguenza della razionalizzazione delle reti distributive, il ruolo strategico del magazzino come baricentro della supply chain è sempre più fondamentale. Numerose sono le sfide all'attenzione dei

INTRALOGISTICA ITALIA

Il ruolo del magazzino nella supply chain: aggiungere valore e ottimizzare i costi

fornitori e dei retailer per la scelta della localizzazione del magazzino, del suo dimensionamento e anche delle operazioni che si

possono svolgere al suo interno. Tante e differenziate anche le soluzioni possibili: dai tools ipertecnologici, all'automazione

spinta, dall'outsourcing alla fornitura di servizi a valore aggiunto.

Per fare il punto su queste tematiche, la prima edizione di **Intralogistica Italia** ha proposto, in collaborazione con **Largo Consumo**, il workshop dal titolo "Il magazzino baricentro della supply chain dei beni di consumo". L'evento ha ospitato anche due case history: le esperienze di **Grandi Salumifici Italiani** e **Latteria Soresina**, mentre la testimonianza di **Sogegross** integra il tema sul fronte retail.

Nel magazzino 2.0 la parola d'ordine è semplificare

Andrea Payaro, consulente e consigliere di **Scm Academy**, ha evidenziato in apertura dell'incontro che "oggi il magazzino è un luogo dove si può aggiungere valore ai prodotti, una richiesta che arriva dal mercato. Ma è anche un luogo dove le merci si "fermano" per periodi sempre più brevi in un contesto in cui è difficilissimo, se non impossibile, fare previsioni sul futuro".

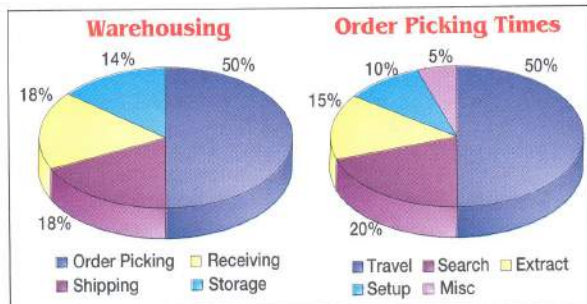
Il tradizionale concetto di "warehouse" deve dunque essere aggiornato e adeguato alle esigenze della supply chain. Ciò può significare soluzioni anche molto diverse: concentrare per ridurre le scorte, spostarsi verso posizioni baricentriche per consegne più tempestive, puntare sull'outsourcing oppure scegliere di potenziare il personale in un'ottica di customer care. Le potenzialità offerte dall'IT non vanno trascurate: i magazzini devono essere collegati in rete ed è fondamentale cooperare con clienti e fornitori, indi-

viduando strategie comuni. L'automazione può essere molto utile in caso di lavorazioni molto standardizzate, soprattutto sotto la spinta dell'ottimizzazione dei costi. Il magazzino 2.0 deve essere semplice. "L'esempio di Amazon è sorprendente: le operazioni nel magazzino sono guidate da un sistema informativo robustissimo, che semplifica il più possibile le



Andrea Payaro

SCMAcademy



attività degli operatori con soluzioni quasi banali, ma attuate con grande intelligenza". L'e-commerce porta nuove sfide alla logistica: "Il fronte del fresco ha delle potenzialità, ma anche molte complessità. Il sistema di punti di consegna localizzati sul territorio potrebbe fornire risposte adeguate, ma allora entra in gioco una nuova logistica".

Grandi Salumifici Italiani: soluzioni all'avanguardia

Il cambiamento strutturale che ha interessato il magazzino negli ultimi decenni è stato illustrato da **Ivano Poli**, direttore supply chain di **Grandi Salumifici Italiani** attraverso l'esperienza concreta della sua azienda: "Abbiamo dovuto tener conto di molte variabili esterne, come ad esempio la consegna a 12 ore nel mercato dei freschi e una shelf life sempre più corta, mentre la produzione ha dovuto abbassare i costi: la personalizzazione è in contrasto con la necessità di ottimizzare attraverso grandi volumi. Così il magazzino è il luogo in cui si possono customizzare i prodotti e si aggiunge valore". Un processo che ha reso necessari interventi strutturali non da poco anche per rispettare le disposizioni normative (tempi e temperature di lavorazione) previsti nel settore dei freschi. "Oggi il magazzino non

può prescindere dai sistemi informativi. I nostri operatori, molti dei quali sono di nazionalità straniera, sono guidati da "pistole" intelligenti che con un'interfaccia e una simbologia semplificate forniscono indicazioni dettagliate". GSI si è dotata di un nuovo magazzino che ha superato l'obsolescenza delle quattro basi logistiche che aveva precedentemente: "Abbiamo collaborato con l'Università di Parma per un progetto pilota sulla tecnologia Rfid. Questo ci ha permesso di ottimizzare le operazioni di carico e scarico riducendo i costi del 30%. Un'ulteriore tecnologia all'avanguardia introdotta è l'interfaccia dei retrattili con i sistemi di magazzino per gestire in sicurezza la movimentazione dei pallets a grande altezza. La messa a punto dei dispositivi tecnologici è stata complessa, ma ci ha portato dei vantaggi".



Ivano Poli

Grandi Salumifici Italiani



Da sinistra, Alberto Spinelli (Latteria Soresina), Ivano Poli (Grandi Salumifici Italiani), Armando Garosci (Largo Consumo) e Andrea Payaro (Scm Academy).

I PARTECIPANTI AL WORKSHOP

**Il magazzino baricentro
della supply chain dei beni di consumo
Intralogistica Italia
Fiera Milano Rho, 20 maggio 2015**

| | |
|-------------------------|--|
| Andrea Payaro | Consulente e consigliere, Scm Academy |
| Ivano Poli | Direttore supply chain, Grandi Salumifici Italiani |
| Alberto Spinelli | Responsabile logistica, Latteria Soresina |
| Moderatore: | Armando Garosci, giornalista, Largo Consumo |

Le sintesi video degli interventi su:
www.youtube.com/largoconsumo

Latteria Soresina: magazzini e fine linea flessibili

Un magazzino "orizzontale", anche se utopico, sarebbe il modello ideale per **Latteria Soresina** secondo quanto illustrato da **Alberto Spinelli**, responsabile logistica della cooperativa



Alberto Spinelli

Latteria Soresina

la cui lunga filiera parte dagli allevatori e arriva sugli scaffali dei punti vendita. "È difficile mantenere l'automazione in un contesto dove le esigenze di personalizzazione richiedono interventi manuali. Stesso prodotto con codici diversi e quindi con etichette, cartoni e pallettizzazioni costruite sulle esigenze dei clienti. Ovviamente l'export contribuisce in larga misura a questo. Il prodotto è sempre lo stesso ma le variabili infinite".

"La programmazione delle linee di produzione e degli stock viene influenzata da una Gdo sempre più organizzata per consegne in ventilazione e cross docking. Per la gestione dei picchi legati alla promozionalità, il

magazzino deve essere versatile e flessibile, pur con una scarsissima possibilità di fare previsioni".

"Quanto ai sistemi informatici non abbiamo l'Rfid, usiamo per il picking e il carico la radiofre-

quenza. Latteria Soresina è una azienda improntata sull'insourcing, preferisce investire sulle persone e quindi gli operatori che gestiscono il magazzino sono dipendenti.

Ci rivolgiamo a personale esterno per le personalizzazioni manuali"

"Siamo convinti che il personale dipendente esprime il suo vantaggio nel conoscere bene i prodotti e i clienti e quindi nell'abbassare gli errori e nel dare il servizio richiesto. Interessante è stato poter osservare, presso il Ce.Di. di un retail, la ventilazione dell'ortofrutta e copiare il sistema per il picking del latte fresco con risultati inaspettati".

Sogegross: istruzioni vocali e visive per gli operatori

Lucio Tamagno, direttore logistica di **Sogegross**, offre una testimonianza sul fronte retail. "Uno dei temi di riflessione è quello delle consegne programmate e tassative. Sui freschi le utilizziamo solo in situazioni particolari mentre è un esi-



Lucio Tamagno

SOGEGROSS
self service all'ingrosso

genza realmente sentita, nel caso del magazzino GV di Brignano d'Adda gestito dalla consorzata Agorà, che prevede l'appuntamento allo scarico e sono previste penalità se si superano le attese. È una strategia più utile sui secchi, per la grande quantità scaricata, per gestire al meglio le code d'attesa. È un sistema la cui validità può essere inficiata dalle problematiche infrastrutturali italiane".

La tecnologia è importante, soprattutto in fase di preparazione. "Usiamo il "Voice Picking", sistema che a noi ha portato benefici limitati come produttività ma, consentendo agli operatori di avere le mani libere, ha prodotto ottimi risultati nella qualità della preparazione (meno errori). In un magazzino da

18 milioni di colli all'anno, il sistema ci ha consentito di passare da un'eccedenza inventariale di 110.000 euro a 6.000 euro". Intanto l'azienda sta avviando a Bolzaneto un esperimento con gli occhiali "intelligenti" a

realità aumentata, ultima frontiera dei tool tecnologici nelle operazioni all'interno del magazzino".

"Fondamentale è ottimizzare gli spazi di dislocazione delle merci attraverso un software che analizza le quantità dei prodotti in uscita e la posizione degli stock ricalcolando in continuo il lay-out di magazzino al fine di ottimizzare i "Costi di Missione". Al magazzino Sogegross è esteso il progetto di smaterializzazione dei documenti per ridurre l'utilizzo di carta lungo la supply chain. In tema di e-commerce, il sito web di Basko è gestito oggi dal punto di vista logistico e di stock come un negozio fisico: "È un tema su cui dovremo lavorare perché comincia ad offrire prospettive interessanti".

**INTRA
LOGISTICA
ITALIA**

Powered by **COMAT**

Hannover Fairs International - Via Paleocapa 1 - 20121 Milano - Italia
Tel. +39 02 70633292 - Fax. +39 02 70633412
www.intralogistica-italia.com