



[Logistica: un successo condiviso]

Tecnologia e materiali

A-SIS

Ezio Ujetto
Country Manager Italia

1 Nell'ultimo anno ho notato, partecipando agli eventi e alle conferenze di settore, che il mercato della logistica sta muovendosi verso la via del rinnovamento. **L'interesse nella ricerca di una logistica sempre più flessibile è stato il motivo dominante, ricerca di strumenti che aiutano l'azienda a divenire proattiva nella gestione della propria logistica.** Le aziende hanno capito che le nuove tecnologie abbinate alla supply chain sia come software di gestione sia come automazione dei magazzini, sono la risposta per chi vuole ridurre i costi e aumentare la qualità del servizio ai clienti.

3 Vedo sempre più società che si domandano se continuare a gestire la propria logistica o affidarsi ad operatori logistici. **Non esiste una risposta che vada bene per ogni azienda; certo che oggi è possibile sia alla piccola azienda che alla grande di accedere a soluzioni sempre meno costose e più performanti.** Oramai da qualche anno abbiamo affiancato all'offerta tradizionale, l'offerta SAAS o On Demand che permette con un investimento modesto di accedere a soluzioni altamente professionali e integrate al sistema informativo.

5 Effettivamente il panorama italiano è suddiviso in due realtà: quella dei grandi attori, come le multinazionali e i grandi operatori logistici, e quello delle PMI. I primi investono per modernizzare i magazzini automatizzando con soluzioni completamente integrate con il sistema informatico, soluzioni Goods to man sempre più per-



manti e di movimentazione interna con l'ottica del Plug & Play. I secondi tendono a ottimizzare e ridurre i costi della logistica attraverso l'implementazione di WMS sempre più moderni integrati a soluzioni di automatismo leggero. Per questo motivo noi di a-SIS, oltre che sviluppare soluzioni WCS per pilotare i magazzini automatici di Savoye ma anche di ogni altro fabbricante, non smettiamo mai di far evolvere i nostri WMS.

7 L'anno appena trascorso per quanto riguarda il gruppo Savoye e in particolare per la divisione a-SIS è stato un anno di consolidamento a livello europeo e Nord America. Sono state guadagnate parti di mercato per quanto riguarda la parte software soprattutto su settori per noi di riferimento come il tessile e fashion, l'e-commerce e la cosmetica.

CASSIOLI GROUP
Vincenzo Campanella
Marketing Manager

L'attitudine all'innovazione, alla costante ricerca di soluzioni semplici e funzionali è la vera tradizione Cassioli: il settore della logistica è talmente dinamico che è fondamentale proporre soluzioni flessibili con la tecnologia meccanica ed elettronica d'avanguardia. L'adozione di un magazzino automatico per lo stoccaggio o per la bufferizzazione delle unità di carico dipende principalmente da una convenienza di carattere economico come pure da un incremento del livello di servizio offerto. Certamente la possibilità di sfruttare l'intera altezza delle aree degli stabilimenti, unitamente ad una maggiore capacità di movimentazione di prodotti, semilavorati e materie prime, è un fattore che di per sé giustifica l'utilizzo di un magazzino intensivo. A livello pratico, oltretutto, la soluzione automatizzata permette di lavorare a ciclo continuo su tre turni e senza alcun costo supplementare, evitando in questo modo l'annoso problema di recuperare e gestire le risorse umane. Né bisogna dimenticare quelle motivazioni extra-economiche che sempre più spesso portano all'utilizzo di un magazzino automatico, come il miglior livello di servizio, la mag-



Sul fronte big data stiamo ancora sperimentando nuove soluzioni, mentre per quanto riguarda l'Internet of Things abbiamo realizzato un progetto che riteniamo essere piuttosto innovativo: si tratta di una soluzione di anticontraffazione destinata al settore fashion. **Ci stiamo lavorando da un paio d'anni e abbiamo depositato negli Usa un brevetto di questo sistema, che stabilisce una catena integrata e ininterrotta dal produttore al consumatore, anche in caso di passaggio da un consumatore all'altro.** La nostra soluzione infatti è in grado di garantire l'autenticità del prodotto per tutta la durata della sua vita, grazie al riscontro presso un registro digitale che resta permanentemente come garanzia dell'originalità del capo, anche in caso di trasferimento fra privati.

6 Abbiamo partecipato a diversi studi e progetti, insieme ad aziende nostre clienti, che immancabilmente arrivavano ad un risultato comune, indiscutibile, qualunque fosse il contesto: prendendo come parametro di base le emissioni di CO₂, e lavorando solo per abbattere il livello di emissioni, automaticamente si ottiene un impatto diretto sui costi. **Ridurre la CO₂ emessa significa, comunque lo si intenda, ridurre i propri costi operativi, insomma risparmiare.** È chiaro che si entra in un mondo di maggior complessità, che bisogna affrontare, con tutte quelle che sono le conseguenze.

Da parte nostra, offriamo un set completo di sistemi di monitoraggio e controllo dei consumi dei trasporti, con i quali possiamo raccogliere tutte le informazioni, organizzarle secondo diversi parametri ed effettuare tutti i possibili calcoli. Tuttavia, anche se il numero di aziende che effettivamente hanno implementato progetti di riduzione delle emissioni è ancora piuttosto basso, possiamo confermare che la sensibilità green è comunque in costante aumento. In tal senso stiamo anche partecipando ad un progetto di logistica urbana, condotto dall'Università Sapienza, che prevede l'utilizzo di soli mezzi elettrici per le consegne all'interno della cerchia cittadina.

In più, da circa un anno e mezzo siamo coinvolti in un altro progetto interessante, sia dal punto di vista dell'innovazione tecnologica che della sostenibilità. Si chiama Intelligent Transportation Systems ed è promosso dal MIUR, con la direzione di Politecnico di Milano, Politecnico di Torino e Università di Pisa, e di oltre una ventina di aziende che stanno lavorando a livello di ricerca applicata. L'obiettivo è duplice: si parla da un lato di sensoristica (sia a bordo mezzo, che sul terreno) - e in questo caso sono implicati anche gli interporti, per la gestione di ingressi e uscite - dall'altro, di una piattaforma in grado di utilizzare le informazioni raccolte dallo strato dei sensori, per poterle sfruttare a livello di tracking e avanzamento dei flussi.

7 Il 2015 è stato un anno soddisfacente per la nostra azienda: abbiamo chiuso in crescita dell'8% come fatturato, e anche a livello di sviluppo internazionale abbiamo compiuto alcuni passi molto significativi. **Quello che ci aspettiamo per l'anno prossimo - e che abbiamo già messo a budget, trasformandolo dunque da aspettativa a obiettivo - è la possibilità di raggiungere un traguardo ambizioso: tornare ad una crescita a doppia cifra.** Non pretendiamo tanto, l'idea è di arrivare ad un 11-12% di crescita, ma è pur sempre un obiettivo importante per quest'anno e speriamo che si verifichino le condizioni per arrivare a tale risultato. E visto che i costi sono stati già allocati di conseguenza... a questo punto dobbiamo proprio riuscirci.



4 Io direi che non è una nuova ondata bensì una "marea crescente" per mantenere il paragone che continuerà a ritmo incalzante. **I Big Data sono il pane quotidiano della nostra offerta, che tra le altre cose fornisce i dati sul traffico aggiornati ogni 2 minuti.** Io credo che la forza della nostra offerta sia quella di tradurre concetti - anche complessi - in dati concreti, di facile utilizzo e che permettano di misurare il proprio Return on Investment. Le risorse economiche investite nel nostro settore possono aiutare a misurare e ridurre sensibilmente costi aziendali importanti e molto spesso sottovalutati. Le nostre innovazioni tecnologiche permettono un cambio di paradigma nella gestione degli "asset mobili" dell'azienda.



[Logistica: un successo condiviso] Tecnologia e materiali

6 Tutta la nostra offerta (sia hardware che software) è improntata sulla sostenibilità aziendale. I nostri prodotti, di default, possono permettere un risparmio che è la conseguenza diretta di una possibile riduzione dell'impatto ambientale. In particolare la nostra soluzione "OptiDrive 360" modifica in modo sostanziale un paradigma che è in realtà una falsa credenza: geolocalizzazione - controllo. OptiDrive 360 è una soluzione a disposizione dell'utente che è alla guida del mezzo e che gli fornisce informazioni in tempo reale per aiutarlo a migliorare il suo stile di guida e non per giudicarlo.

7 Il 2015 è stato per TomTom Telematics Italia un anno di grande crescita segnata anche dall'introduzione sul mercato di nuovi prodotti e servizi come quelli appena citati.

Le aspettative per il 2016 sono molto precise: che il nostro mercato di riferimento, Fleet Manager, Mobility Managers e IT managers e CFO pongano sempre maggiore attenzione a piattaforme come quella di TomTom Telematics e le avvicinino criticamente ponendo a noi professionisti del settore le domande di cui vogliamo avere risposta e non semplicemente acquistando un servizio di geolocalizzazione. Ciascuno di loro ha obiettivi diversi e noi, grazie alla duttilità e all'affidabilità della piattaforma possiamo rispondere a ciascuno di loro in modo dettagliato.

TOOLSGROUP
Francesco Stolfo
Partner



3 Siamo fornitori di tecnologie abilitanti al miglioramento/ottimizzazione della Supply Chain e possiamo affermare che l'anno appena trascorso non ha portato significative differenze in termini di rapporti tra i diversi attori. Non si tratta solo di utilizzare tecnologie che favoriscono la collaborazione (ci sono già da molto tempo gli strumenti e sono facili da implementare), ma si tratta di cambiare modo di pensare. Sforzi maggiori sono stati fatti nella collaborazione interna all'interno delle aziende con processi collaborativi che vanno sempre più a favorire l'avvicinamento tra i diversi attori: soprattutto commerciale, operations e acquisti.

4 In stretta collaborazione con laboratori americani abbiamo iniziato, da qualche anno, a sperimentare con grande successo strumenti avanzati di analisi, basati su tecnologie Big Data e di Intelligenza Artificiale in grado di esaminare grosse moli di dati e trarre grossi benefici nei processi core di Demand Planning sui quali operiamo tra i leader a livello mondiale.

7 Nella nostra visione di fornitori di strumenti avanzati di pianificazione ci auspichiamo che le aziende che operano dall'Italia per il mercato locale e internazionale, indipendentemente dalla loro dimensione, non abbiano paura di intraprendere le strade dell'innovazione imparando sempre più a guardare ai partner tecnologici che non solo offrono nuove soluzioni per poter gestire i vecchi modelli operativi ma che offrono e suggeriscono nuove strade. Perché innovazione significa mettersi in discussione ogni giorno.



**TOYOTA MATERIAL
HANDLING ITALIA**
Paolo Carassini
General Manager

3 In questa domanda, vedo proprio la declinazione della nostra strategia per i prossimi anni. Facciamo però un passo indietro. Per diverso tempo, vi è stata presso i clienti un'unica parola d'ordine: saving, saving, e ancora saving. Per risparmiare siamo andati dapprima nella direzione più facile: sul lato acquisti, dove si è cercato di introdurre la massima razionalizzazione dei fornitori. Naturalmente i risultati non sono mancati, ma a lungo termine questi progetti, come quasi-

