LOGISTICS DAY 2018

IL CORAGGIO di cavalcare l'onda

Alice Borsani

Come ogni anno, il Logistics Day, organizzato da Logimaster, si conferma un appuntamento importante per fare il punto sui trend del settore

iovani, carini e molto occupati. Si possono descrivere così, parafrasando il titolo di un film iconico degli anni Novanta con Ben Stiller, Winona Ryder e Ethan Hawke, i diplomati della XVI edizione di Logimaster, il Master in Logistica Integrata - Supply Chain Management dell'Università di Verona, Dipartimento di Economia Aziendale (vedi box) fondato dal prof. Antonio Borghesi, che, lo scorso aprile a Verona, ha celebrato la fine delle sessioni con l'ormai tradizionale Logistics Day. Tutti i 26 diplomati dell'ultima edizione infatti stanno già lavorando in azienda nei reparti di logistica e supply chain management. "Un successo" ha spiegato Barbara Gaudenzi, direttore del master "che si deve soprattutto alla profonda sinergia tra l'Università e le aziende sostenitrici del progetto, primo fra tutti il Consorzio Zai." Una sinergia che è resa sempre più necessaria delle spinte sul mercato provocate dall'avanzata dell'Industria (e quindi della logistica) 4.0, dalla digital transformation, da un'automazione che scollina nella robotica. In questo scenario, gli investimenti delle aziende in formazione possono fare la differenza nella capacità di offrire un adattamento della propria offerta che sia centrato sui bisogni dei clienti e, viceversa, la vicinanza di scuole e università alle diverse realtà aziendali è determinante nella preparazione di risorse che siano effettivamente capaci di Digital transformation, automazione e tecnologie: daile parole ai fatti?

Nella foto grande, i diplomati della 26a edizione di Logimaster immortalati in occasione del Logistics

portare valore aggiunto nel mondo dell'impresa.

La sfida dell'loT

Le sfide da raccogliere, come hanno ben evidenziato i relatori del convegno che ha visto la partecipazione di Oracle, Toyota Material Handling, K.F.I. - Supply Chain & Logistics Solutions, Gruppo Tosano, Gruppo Italiano Vini (GIV), Duff & Phelps, Gruppo Sinergia e Fondazione SpeedHub (vedi box), sono tante e multiformi. L'obiettivo comune per tutti, ha sottolineato Simone Marchetti di Oracle, è quello di riuscire a competere nell'era digitale, sfruttando le molte tecnologie disponibili. "Il successo delle aziende che operano nella sharing economy e che hanno avuto successo con modelli e standard disruptive rispetto ai paradigmi tradizionali, dimostrano che ormai l'informazione costituisce il vero valore" nota Marchetti. Un secondo, cruciale, driver di cambiamento con cui le

aziende devono necessariamente fare i conti riguarda la cosiddetta Hyper customization, l'estrema personalizzazione dei prodotti sui desideri dei consumatori nel tentativo di fidelizzare una clientela che è sempre meno fedele, e sempre meno leale. "L'e-commerce" sottolinea Marchetti "sta davvero cambiando il modo di vendita offrendo la possibilità, al consumatore, di cercare continuamente il miglior prezzo e la migliore esperienza di acquisto. Oggi si realizza davvero il paradigma della customer centricity, con un impatto enorme sulla logistica, si pensi per esempio al peso sempre più importante che ha la reverse logistics all'interno della supply chain delle aziende." Se i clienti sono i padroni del mercato, la suppy chain deve essere più veloce, snella e flessibile, anche per favorire lo scambio continuo di informazioni. In questo senso l'Iot, secondo Marchetti è il vero fattore abilitante il paradigma 4.0, che si fonda sulla connessione tra fisico e digitale.

Tecnologia e controllo

dente di Amici di Logimaster e Barbara Gaudenzi, direttrice del master

Robotica, Intelligenza artificiale, realtà aumentata: sono molti gli ambiti tecnologici ad alto potenziale che le aziende possono esplorare per aumentare la loro efficienza e competitività. Secondo Guido Ma-

Day, svoltosi a Verona lo scorso aprile. A fianco, Maurizio Mazzieri (Toyota Material Handling), presi-

della di K.F.I., società specializzata nella reingegnerizzazione dei processi attraverso l'integrazione delle tecnologie disponibili, non esiste una strada migliore dell'altra. "Noi governiamo diverse tecnologie ma non ne sosteniamo nessuna in modo esclusivo: pratichiamo un agnostici-

Logimaster: dove nascono i logistici del futuro

LogiMaster, Master in Logistica Integrata - Supply Chain Management è un corso universitario di primo livello aperto a studenti e professionisti del mondo del lavoro che ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti competenze avanzate su tecniche gestionali ed operative e scelte strategiche per la supply chain, attraverso la comprensione di metodi e strumenti di logistica e di SCM in ottica direzionale. Caratteristico del Master è un approccio pragmatico: tutte le tematiche, le tecniche emergenti e i casi aziendali sono discussi con oltre 50 managers esperti in materia e 20 docenti universitari provenienti dalle principali scuole di logistica e supply chain. A completamento del percorso in aula, articolato in 90 moduli per un totale di 360 ore da gennaio a giugno, anche un periodo di internship in azienda in un arco temporale di 4 mesi da svolgersi tra luglio e novembre.

Simone Marchetti di Oracle. "Oggi, grazie all'e-commerce si realizza davvero il paradigma della customer centricity"

smo che ci consente di scegliere, per ogni progetto, la combinazione più efficace" spiega Madella, secondo cui la cosiddetta "retail apocalypse", ossia la crisi di malls e centri commerciali, che dagli Stai Uniti è ormai arrivata anche nel Vecchio Continente sta lasciando spazio a un nuovo tipo di distribuzione, basata su negozi sempre più piccoli, in grado di offrire al cliente la miglior esperienza di acquisto, anche, e forse soprattutto, grazie ad una logistica sempre più veloce e predittiva. L'errore da evitare è quello di investire in tecnologia senza prima aver eseguito un'analisi accurata dei propri bisogni e dei propri obietti-



Guido Madella di K.F.I.: "prima bisogna comprendere il processo e poi scegliere le tecnologie, altrimenti si crea inefficienza digitale anziché inefficienza analogica"

vi. "Prima bisogna comprendere il processo e poi scegliere le tecnologie, altrimenti si crea inefficienza digitale anziché inefficienza analogica" nota Madella che, citando il campione di surf Kelly Slater, ha sottolineato: "Devi già essere in acqua per cavalcare l'onda: le aziende devono sporcarsi le mani e trovare il coraggio di investire in progetti pilota, anche quando la redditività non sarà immediata."

Logistica 4.0 in pratica

Tra chi non ha avuto paura di sporcarsi le mani, il Logisitcs Day ha ospitato le testimonianze di Grup-

po Italiano Vini (365 milioni di fatturato consolidato, 1.363 ettari di vigneto, 16 marche principali e 15 cantine di proprietà) e Gruppo Tosano (14 ipermercati a gestione diretta nelle provincie di Verona, Vicenza, Brescia, Venezia e Mantova, 2.300 dipendenti associato al Gruppo di acquisto Vegè), entrambi testimoni di progetti di automazione in corso o compiuta con successo. In entrambi i casi a fare la differenza, al di là dei risultati, che pure sono stati importanti, è l'approccio con cui è stato deciso di affrontare il cambiamento. "II 4.0" ha sottolineato Giuseppe Marconi di GIV "non si riduce ad un "passaggio tecnologico" ma porta una profonda trasformazione dell'azienda, guidata da una strategia che ripensa il proprio modello di business, non solo grazie a maggiore efficienza e controllo, ma soprattutto in ottica di servizi aggiuntivi offerti. Ora che abbiamo imparato a muovere i primi passi, vediamo progressivamente scenari sempre più ampi di applicazioni specifiche 4.0. La gestione del magazzino è solo parte della Supply Chain: l'intera filiera può essere presidiata, gestita ed integrata utilizzando un mix specifico di varie tecnologie. La Supply Chain può essere solo l'inizio di un progetto di rinnovamento tecnologico che riguarda anche le

SpeedHub: un incubatore di innovazione

Durante il Logistics Day è stata presentata SpeedHub, la Fondazione costituita da Confindustria Verona dedicata alle imprese che vogliono migliorare la propria competitività attraverso l'innovazione. Costituita il 1 agosto 2017, nasce nell'ambito della progettualità del Piano Nazionale Industria 4.0 del Governo che prevede lo sviluppo di una "rete infrastrutturale dell'innovazione" di cui fanno parte i "Digital Innovation Hub", realtà vicine alle imprese che forniscono servizi, valorizzano e mettono in rete i vari attori competenti nell'innovazione digitale e i "Competence Center", individuati come i centri di eccellenza universitari del Paese, che completano il sistema fornendo altissima competenza e "facilities" nelle tecnologie più evolute. Speedhub fa parte della rete dei Digital Innovation Hub inseriti nel catalogo della Commissione europea che ha l'obiettivo di mappare a livello comunitario gli ecosistemi e le specializzazioni presenti nelle varie regioni europee e diventare un punto di accesso facilitato per le imprese alle migliori tecnologie disponibili.

aree di R&D, Sales, Manufacturing e AftermarketService. L'innovazione si può portare a livelli crescenti: ai prodotti, ai processi, fino al cambiamento dello stesso business model dell'azienda".

Stefano Rossignoli di Gruppo Tosano ha sottolineato i vantaggi dell'automazione in termini non solo di efficienza ma anche di qualità del lavoro per gli operatori. "Spesso si teme che l'automazione "rubi" il lavoro al personale. Non nel nostro caso: il nostro obiettivo era quello di alleggerire il lavoro degli operatori che, in precedenza, a fine giornata arrivano a sollevare fino a 7 tons di merce per turno di lavoro. Tutto il personale è stato riconvertito nello svolgimento di mansioni a maggior valore aggiunto che hanno portato ulteriore competitività all'intero sistema logistico." E vincere questa sfida, forse, è il risultato più importante.

