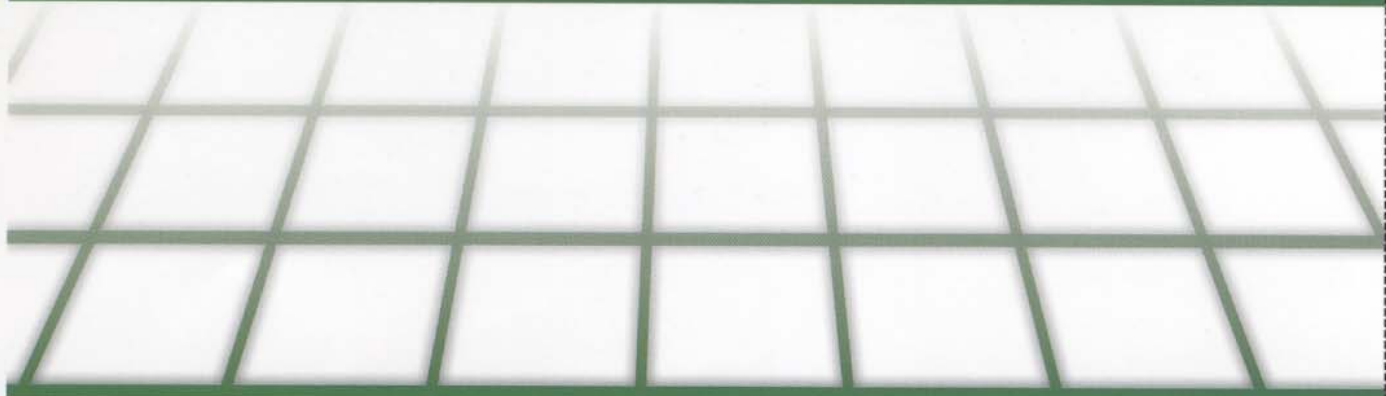
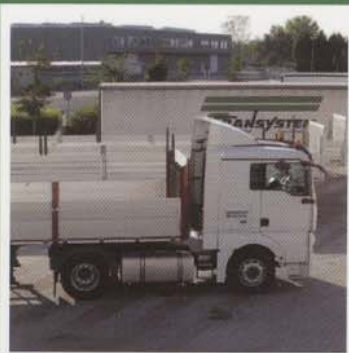


# LOGISTICA Management

IL MANUFACTURING □ LA GESTIONE DELLA SUPPLY CHAIN

NOVEMBRE 2009

N° 199 DIMENSIONARE L'AREA DI PICKING ■ LOGISTICA COLLABORATIVA E WEB 2.0 ■ LE TARIFFE DEI SERVIZI LOGISTICI ■ PROGETTARE UNA CENTRALE NUCLEARE



Trasportiamo il futuro... da vent'anni

www.transystem.it

ORGANO UFFICIALE DI AILOG  
POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZ. IN ABB. POSTALE - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/2/2004 N. 46) ART. 1, COMMA 1, DGB MILANO - € 7,50 - EDITRICE TEMI SRL - VIA ITALIA, 39 20062 MONZA - ISSN 1120-5687  
IN CASO DI MANCATO RECAPITO INVIARE AL CMP DI MILANO-ROSERIO PER LA RESTITUZIONE AL MITTENTE PREVIO PAGAMENTO RESI - ORGANO UFFICIALE DI AILOG

# LOGISTICA E WEB 2.0: L'INCONTRO "DEFINITIVO" DI AILOG

di Cecilia Biondi

La consueta panoramica annuale di Ailog sulle opportunità attuali del mercato della logistica: quest'anno dedicata al versante collaborativo dell'innovazione, quello che riporta in primo piano persone, rapporti e integrazione fra soggetti diversi

Con l'introduzione di **Domenico Netti**, presidente di Ailog e vicepresidente di Elmed, si sono aperti i lavori del convegno che Ailog organizza annualmente a Venezia, all'isola di San Servolo: "Logistica e Web 2.0", quinto convegno internazionale sulle nuove tecnologie - ma con un leitmotiv che sa d'antico, "la persona torna protagonista". Una cornice di grande impatto per affrontare con i soci le tensioni e le opportunità del mercato della logistica, oggi. «Parliamo di web 2.0, o piuttosto, di infrastrutture, che sono fondamentali» apre infatti Domenico Netti. «Parliamo di flusso tesoro nel caso della tracciabilità di un trasporto dall'inizio alla fine. Un flusso è tesoro, senza interruzioni, quando inizia dall'attività di chi fa l'ordine, e finisce con l'attività di chi riceve la merce. Preparare le merci il giorno prima è inefficiente perché significa immobilizzare delle risorse (spazio e beni)». Fra le iniziative attualmente portate avanti da Ailog, vi è per esempio la costituzione di un nuovo network associativo logistico per le imprese che operano nell'area del Mediterraneo, iniziando da Italia, Francia, Spagna e Grecia, e altri Paesi che vanno dall'Europa dell'Est, al nord Africa, a Israele. Anche in Russia l'atti-



vità sta andando avanti, e a tal fine, Ailog ha da poco aperto una propria sede a Mosca. Inoltre, a giugno arriveranno i primi venti laureati in logistica, un corso avviato con la collaborazione di Ailog, erogato in italiano, russo e inglese; Domenico Netti propone in particolare ai presenti la possibilità di ospitare i laureandi in stage di lavoro, per la realizzazione della loro tesi di laurea che saranno quindi tutte tesi operative.

Altri progetti a cui Ailog sta lavorando sono quelli relativi a filiere particolari come per esempio quella del farmaco, piuttosto che l'iniziativa EMS 25.25, con i benefici già esposti in altre sedi. Proprio di recente il governo francese ha avviato il proprio test in merito, e Ailog sta portando avanti con intensità questa iniziativa anche presso il nostro ministero dei trasporti. Non manca un riferimento all'attività relativa alla certificazione delle consegne e



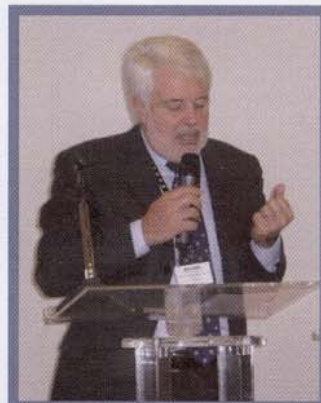
dei trasporti (come da intervento di Tullio Mosele), che invece intende migliorare gli aspetti relativi alle conoscenze e alla tracciabilità dei carichi. Tornando alla filiera del farmaco, Ailog ha stretto un accordo di collaborazione con il gruppo Dafne e sta organizzando proprio a Venezia, stessa sede, nel gennaio 2010, un grande evento dedicato a questo tema. Sono attesi partecipanti da tutta Europa: dai rappresentanti di Ela ai maggiori esperti nel campo della filiera farmaceutica. In questa sede si intenderà mettere a confronto ciò che sta succedendo nei vari Paesi con quello che avviene in Italia.

**Tullio Mosele**, presidente di MBM Italia e coordinatore di Ailog Nord Est, ha poi presentato nel dettaglio i contenuti del convegno, con cenni anche al tema di cui egli è referente all'interno dell'associazione, il rapporto fra informazione e logistica. «Non esiste logistica delle cose se di supporto non c'è logistica delle informazioni» sostiene infatti Mosele. «Un logistico deve poter gestire i propri flussi con una logica d'eccezione. Non possiamo dover controllare tutto per capire se tutto va bene. Ci vuole un discorso di previsione degli eventi e un controllo sistematico fra la situazione prevista e la situazione reale, da cui si estrae l'eccezione che il logistico deve gestire.

A tal proposito è nato proprio qui, sull'isola di San Servolo, un nuovo progetto, Euridice, che intende realizzare proprio queste tematiche. All'interno della Venice International University si stanno studiando e approfondendo queste tematiche. Quest'anno ho anche voluto introdurre un nuovo concetto. Innanzitutto l'informatica è un supporto indispensabile. In più ci siamo resi conto che ci sono difficoltà di rapporti. Come faccio a risolvere un pro-

blema che si verifica dall'altra parte del mondo? L'idea di base è quella di utilizzare la tecnologia per agevolare i rapporti interpersonali. In questo senso si interpreta anche il concetto di web 2.0, quello che facilita i contatti e la connettività fra gli operatori». In questo senso si inserisce anche l'utilizzo di terminali portatili per la raccolta dei dati, che consentono il contatto continuo fra il campo e il centro; presenti infatti come sponsor dell'evento erano **Motorola EMS** e **Psion Teklogix**.

Si riallaccia strettamente al tema impostato da Mosele l'interessante intervento di **Marco Bettiol**, della **Venice International University**, «Web 2.0, le "terre di mezzo" della comunicazione d'impresa». «Partiamo dal concetto di condivisione, tipico di Internet fin dalla sua nascita; oggi ciò che è cambiato è la scala. Adesso, questa rete di informazioni e di condivisione è letteralmente esplosa» spiega Marco Bettiol. «Oggi il mondo delle informazioni in rete, almeno dal punto di vista consumer, è molto creativo. La sfida qual è: che cosa sta accadendo oggi, e che cosa potremo utilizzare e spendere nel mondo professionale, nel mondo della logistica? Da fare c'è ancora tanto, dato che c'è ancora una frattura fra mondo tecnologico dell'azienda (Erp...) e mondo tecnologico del consumo (web 2.0...). Strutturato il primo, caotico e innovativo il secondo. La sfida è capire se si può sanare questa frattura». Secondo il relatore, la media impresa ha colmato recentemente un certo gap tecnologico e oggi ha recuperato notevolmente il suo ritardo. Soprattutto dal punto di vista della rete, le piccole e medie imprese hanno fatto un notevole passo avanti, allargando la loro capacità di gestire l'esterno: clienti, partner, operatori sul campo. «Tutta-



TULLIO MOSELE



MARCO BETTIOL

via» prosegue il relatore «ancora non c'è stata, da parte delle aziende, una vera espansione nel web 2.0: gli strumenti innovativi di tecnologia al servizio della persona, con la persona al centro, non sono ancora diventati uno strumento aziendale». Ma qualcosa si muove e gli esempi cominciano ad arrivare. Spostando quindi il discorso dalla quantità alla qualità, il relatore presenta tre esempi di aziende *overperformant*:

■ **Lago** (vedi [www.blog.lago.it](http://www.blog.lago.it)). Da subfornitore ad azienda molto attiva nel design e nell'arte contemporanea. Rete come nuovo canale per comunicare questo cambiamento. Investe pochissimo in pubblicità tradizionale. Il web è il nuovo canale per raccontare una storia diversa. Ha anche applicato il tema dei social network al mondo dei rivenditori: Ning.com è una sorta di

Facebook ad accesso scremato, che valorizza la creatività dei rivenditori stessi. La rete di vendita e logistica si trasmette in una rete di condivisione di concetti.

■ **Valcucine**: cucine di fascia medio alta, con filosofie sostenibili. Blog: <http://ecovalcucine.blogspot.com/>

■ **Molino Quaglia**: la cultura alimentare ([www.molinoquaglia.com](http://www.molinoquaglia.com)). Il sito si definisce "fuori sito", perché va ben oltre la vetrina statica del sito normale. Attività *off*, di formazione e incontro.

Le caratteristiche comuni a questi tre casi sono innanzitutto la capacità di coinvolgimento, vale a dire capacità di raccontare storie in cui le persone si possono riconoscere. Attenzione perché sono mondi nuovi, delicati, nei quali ci si apre alla libera circolazione delle idee, e quindi non si possono controllare. I falsi vengono scoperti e pagano molto male – ad esempio un'azienda che aveva avviato un blog inventato, a nome di un cliente e realizzato in realtà all'interno. Per farli andare bene bisogna padroneggiare gli strumenti: in questo caso il passaggio generazionale è decisivo, il giovane manager ne sa più del manager esperto, perché tipicamente è già pratico di queste cose all'esterno dell'azienda. Anche perché sono capacità che esulano da quelle del responsabile IT.

Passando ai contributi in termini di visione tecnologica, si sono poi avute le presentazioni di IBM. Innanzitutto quella di **Paolo Maina**, che ha portato ai presenti un efficace messaggio sull'importanza di un approccio alla logistica condiviso e intelligente («Web 2.0 e UC<sup>2</sup> sono un approccio innovativo alla comunicazione aziendale basato su tecnologie e modelli di collaborazione che mettono la rete al servizio della persona e dei processi»), e suc-



PAOLO MAINA



CHRISTOPHE MIALON



MARCELLO BARDI

cessivamente, quella di **Christophe Mialon**, IT Architect UC<sup>2</sup> Center of Excellence, in Costa Azzurra, a La Gaude, un centro di ricerca attivo su vari fronti tecnologici "smart", dalla new intelligence alle tecnologie green, passando per concetti innovativi come i "Communications Enabled Business Process". In questo centro di eccellenza, peraltro, si trova un'area demo dedicata al retail, che mette in opera tutte le tecnologie più innovative, compresa la RFID per la raccolta automatica dei dati.

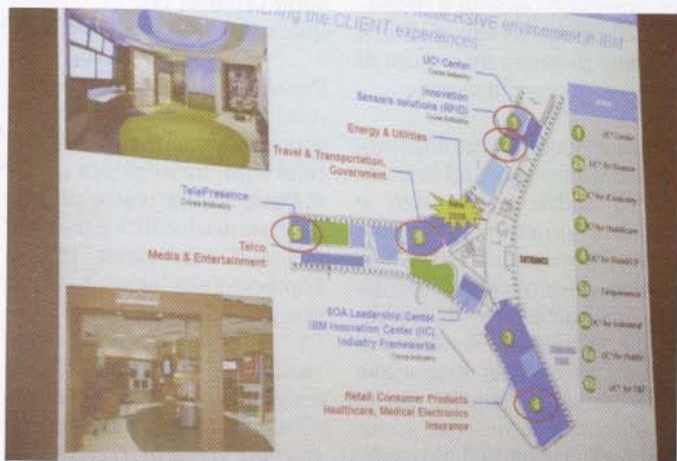
Successivamente, si sono alternati sul palco alcuni relatori di estrazione associativa e aziendale, quali **Francesco Sponza**, attivo in servizi consulenziali relativi a organizzazione e controllo, e dopo di

lui, **Stefano Miotto**, direttore **Confindustria Veneto SIAV**, e **Alberto Mercurio**, responsabile delle attività ICT di **Formazione Industria Treviso**. In quest'ultimo intervento, il relatore è tornato al concetto di web 2.0, citando una ricerca di AMI Partners ([www.ami-partners.com](http://www.ami-partners.com)), secondo la quale il 40% delle aziende Usa, e 2,8 milioni di società nel mondo, utilizzano servizi web 2.0. Inoltre, anche il Politecnico si è occupato di questi temi, con una ricerca dedicata al concetto di "Enterprise 2.0 ai tempi della crisi". In quest'ottica la formazione, di cui si occupa l'ente del relatore, rientra perfettamente nello spirito web 2.0, inteso come "conoscenza liquida": non più conoscenze da apprendere chiusi in un'aula, ma cono-

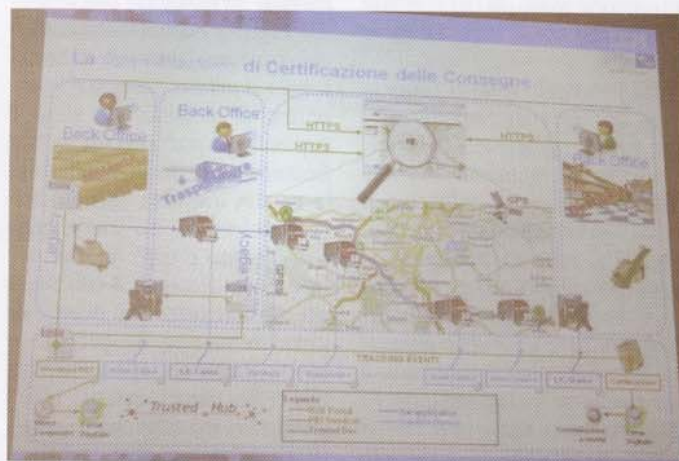
scenze attive, dinamiche, da condividere immediatamente e far girare in tempo reale. Gli erogatori di conoscenze diventeranno così creatori di conoscenze dinamiche, per una successiva rielaborazione personale. Di sicuro effetto: "Google e gli strumenti di marketing 2.0", "I costi dell'ignoranza informatica" (con Aica), "Alessandro, Cesare, Napoleone: leader e strategia", e più recentemente, "Supply Chain Mannaggia a mente", con un carismatico docente di origini napoletane. Per informazioni si consulti il sito [www.formazione.unindustria.it/](http://www.formazione.unindustria.it/).

La mattinata si conclude con un intervento pratico, che esemplifica e realizza i concetti di logistica collaborativa

via via proposti precedentemente. Il prodotto EyeFreight è presentato da Luigi Biondani di **SmartVCO Consulting IT**; il suo utilizzo presso Mitsubishi è invece illustrato da **Wouter Lammerse** della olandese **Itude Logistics**, che è l'effettiva società produttrice del software. Dall'esperienza concretamente vissuta dal relatore, emerge con forza l'esigenza di una logica collaborativa per la supply chain. EyeFreight intende rispondere esattamente a questa necessità. EyeFreight, secondo il relatore olandese, porta un enorme beneficio, che è quello di tenere sotto controllo i costi del servizio logistico, soprattutto intesi come deviazioni impreviste: in realtà è proprio la prevedibilità dei movimenti il suo maggior vantaggio. Il caso presentato si è svolto presso un sito produttivo Mitsubishi in Olanda, dove si producono circa 300 auto al giorno (Colt e Outlander). I trasporti che dovevano essere gestiti erano innanzitutto di due tipi diversi, denominati "Milkrun" e "groupage", tenendo distinti i due servizi. Inoltre si dovevano supportare processi just in time (kanban). Dovevano essere risolti diversi problemi di visibilità, dato che l'azienda aveva in uso svariati sistemi informatici, dalla produzione



CENTRO RICERCHE IBM A LA GAUDE, COSTA AZZURRA



SCHEMA DELLA CERTIFICAZIONE CONSEGNE

all'Erp, ecc., quindi non erano in grado di processare gli ordini in modo veloce. Telefonate e ricerche senza fine, originate dalle fatture relative ad extra-charge che dovevano essere rintracciati con ulteriore dispendio di tempo, risorse, denaro, erano fra le deviazioni da eliminare con un miglior sistema di tracciabilità. Così, hanno sostituito la precedente applicazione sviluppata all'interno su As 400, datata e con alti costi di manutenzione, con la nuova soluzione Eyefreight, che ha portato costi inferiori, numerose funzionalità in più e una notevole facilità d'uso. Il numero di dipendenti nei reparti di amministrazione è passato da 6 a 3 persone, con una capacità di controllo del 100%. La spesa per i trasporti è diminuita del 6% e le capacità di previsione sono enormemente migliorate, soprattutto dal punto di vista delle spese di trasporto, ma non solo. Si può considerare come un esempio realizzato di web 2.0, cioè di logistica condivisa, collaborativa, intelligente e informatizzata: con un 8% di risparmio sui costi del TCO. Ma vi sono anche vantaggi di altra natura, non precisamente quantificabili, ma non meno importanti e impattanti sulla vita quotidiana dell'organizzazione. [www.eyefreight.it](http://www.eyefreight.it), siamo sicuri, è certamente una soluzione *smart*.

Una seconda applicazione si è vista nel pomeriggio, con **Paolo De Nardi**, direttore dipartimento ICT dell'azienda ospedaliera ULSS Padova ([paolo.denardi@sanita.padova.it](mailto:paolo.denardi@sanita.padova.it)). Per introdurre, infine, i due interventi di **Motorola EMS** e **Psion Teklogix**, Tullio Mosele ha ripreso il discorso della certificazione delle consegne. «Questo progetto ha l'obiettivo di seguire con l'IT il flusso fisico delle cose, perché finora, fermi a soluzioni infor-

matiche di tipo "desktop", non potevamo affrontare correttamente tutto il mondo del trasporto, se non con ipotesi e previsioni». Sia Motorola che Psion Teklogix hanno partecipato alla seconda fase del progetto, che ha coinvolto circa tre operatori del trasporto i cui autisti sono stati dotati di terminali portatili con connessioni in tempo reale. «Il progetto ha l'obiettivo di seguire il flusso delle merci mentre esse sono in movimento» aggiunge **Marcello Bardi** di **Intesa**, società del gruppo IBM, attiva da sempre sui servizi EDI. «Con questa iniziativa si apriranno nuovi scenari per la tracciabilità del trasporto e la certificazione delle consegne». Un progetto che potrebbe avere svariate ricadute positive sulla qualità del servizio, sulla garanzia della sicurezza su strada, e sulla completezza e adeguatezza della documentazione sul trasporto, anche a seguito di vincoli normativi con finalità condivisibili ma che determinano criticità in più a chi deve effettivamente operare (ci si riferisce ovviamente alla "scheda di trasporto"). I vantaggi invece si potrebbero vedere a tutti i livelli, sia per i produttori, che per i trasportatori, che per i distributori. In termini, per esempio, di certificazione dell'origine del prodotto, certificazione del tempo di carico e scarico (un vantaggio tutto da spendere per il trasportatore), visibilità immediata sul trasporto e sulla consegna, possibilità di scambio elettronico dei documenti, disponibilità immediata dei dati per la fatturazione, annullamento delle invenzioni di consegna, statistiche periodiche, conoscenza anticipata della merce in arrivo, localizzazione dei mezzi in arrivo, e non ultimo la garanzia da parte degli operatori certificati, nei confronti del "mercato irregolare". □