



Gestione supply chain, come l'emergenza sanitaria ha cambiato le abitudini di acquisto

Lo scorso 22 luglio si è tenuta la tavola rotonda digitale organizzata da Generix Group, software vendor specializzato in soluzioni SaaS (Software as a Service) per la gestione della supply chain, incentrato sui cambiamenti che l'emergenza sanitaria ha prodotto sulle abitudini di acquisto dei consumatori.

Al dibattito, moderato da Massimo Marciani, Founder & Chairman di Fit Consulting e Freight Leaders Council, hanno preso parte Paolo Berto, Direttore della business unit e-commerce di Brivio&Viganò, e Gianluigi Bassani, Direttore Marketing de Il Gigante, entrambe aziende che hanno scelto di avvalersi delle soluzioni e del know how di



Generix Group per la gestione digitale della propria supply chain e, in particolare, della logistica in magazzino.

Loretta Chiantaretto, General Manager di Generix Group, ha raccontato come l'azienda ha risposto alle mutate esigenze logistiche dei propri clienti, fortemente perturbate dalle condizioni generate dal lockdown, e come la tecnologia sia stata determinante nel garantire la continuità operativa delle aziende della filiera.

Michela Fioretto, Senior Project Manager di Fit Consulting, ha introdotto il dibattito analizzando la crescita esponenziale che ha interessato il canale e-commerce durante i mesi ed immediatamente a seguito del



lockdown: le vendite online della Gdo, infatti, hanno raggiunto il +300% e, a luglio, il 96% dei consumatori continuava ad avvalersi della consegna a domicilio, mentre il "click and collect", cresciuto a tripla cifra, registra ancora performance positive.

L'incremento dei volumi della spesa online con consegna a domicilio ha portato Il Gigante ad ampliare la capacità produttiva del darkstore adibito alla preparazione degli ordini e ad adeguare gli slot presenti nella sezione e-commerce del sito internet in modo da renderli coerenti all'impennata degli acquisti, che si è attestata attorno al +400% e che ovviamente ha avuto notevoli ripercussioni sulle tempistiche di consegna delle spese. Anche il ricorso a partner aggiuntivi per la gestione del trasporto e all'organizzazione di turni del personale su quasi 24 ore ha consentito al distributore di poter assicurare il servizio ai consumatori.

Paolo Berto di Brivio&Viganò ha parlato della tempestiva riorganizzazione interna che il 3PL ha dovuto effettuare per poter garantire la sicurezza sia degli operatori che dei consumatori intercettati in fase di consegna. Ha poi sottolineato quanto ripen-



tinamente siano cambiate certe inveterate abitudini d'acquisto dei clienti italiani, che ad esempio per i pagamenti sono passati dal contante al digitale nel giro di qualche giorno, agevolando così anche il processo di consegna.

Generix Group ha spiegato come ha garantito l'operatività dei propri clienti, supportandoli nell'organizzazione delle attività completamente da remoto, grazie soprattutto al loro impiego della tecnologia SaaS. Ha potuto ad esempio sostenerli nella tempestiva implementazione di soluzioni alternative, tra cui l'allestimento di magazzini temporanei idonei alla gestione dell'improvviso aumento dei volumi, e nell'avvio di nuovi committenti, come accaduto sul deposito di Brivio&Viganò con alcune aziende operanti sui mercati alimentari, gestendo tutte le fasi dall'analisi fino al go-live senza presenza fisica. Chiantaretto ha poi illustrato il caso di un'azienda cliente leader nel mondo

nella produzione lattiero-casearia che in Russia e in Canada, grazie all'impiego di nuove tecnologie tra cui i Google glasses, ha effettuato il monitoraggio da remoto delle operazioni di magazzino ed avviato nuovi progetti.

Ala conclusione del dibattito, è infine emerso come le esperienze maturate in tale contesto suggeriscano la neces-

sità di un cambio di rotta verso un sistema logistico più fluido e sostenibile, in cui l'ottimizzazione del servizio passi anche per la condivisione e la collaborazione: Generix ha ricordato che le piattaforme informatiche messe a disposizione dal Gruppo consentono l'ottimizzazione di sistemi complessi di supply chain permettendo, ad esempio, la condivisione di magazzini, mezzi di trasporto e processi di approvvigionamento, nel rispetto della privacy dei dati di ciascun cliente. ■