

CSCMP: SUPPLY CHAIN EDGE ITALY

# L'IMPATTO DEL COVID sulla Supply Chain



■ Emanuela Stifano

**Quali sono le ricadute del Covid sulle supply chain? Come affrontare il futuro? Se n'è parlato alla sesta edizione di Supply Chain Edge Italy, l'appuntamento annuale organizzato da CSCMP Italy Roundtable.**

**L'**emergenza sanitaria non ha fermato la sesta edizione di "Supply Chain Edge Italy" organizzata da CSCMP Italy Roundtable. Inizialmente programmata con partecipanti in presenza e in remoto, causa improvvisa accelerazione dei contagi è andata in scena solo online con i contributi degli esperti raccolti in modalità video e resi disponibili, per quasi due mesi, su apposita piattaforma.

Anche in questa forma, l'evento ha riscosso il consueto successo con oltre 600 partecipanti: "Grazie all'impegno e alla passione dei nostri associati e alla professionalità dei relatori - ha commentato

Igino Colella, President, CSCMP Italy RT - Supply Chain Edge Italy è divenuto l'appuntamento di riferimento per i professionisti della logistica. Anche quest'anno abbiamo realizzato un evento superlativo per quanto riguarda i contenuti il che ci ha permesso di delineare uno scenario completo del settore sia in termini generali, sia di fronte alla situazione attuale".

## Appassionatamente curiosi

Diversi i temi affrontati: naturalmente si è parlato di emergenza sanitaria e del suo impatto sulla logistica, ma si è anche guardato

al futuro, delineando le nuove tendenze in atto. E, come già successo nelle altre edizioni, si è sottolineato il ruolo strategico del capitale umano.

E proprio su questo aspetto si è soffermato Giuseppe Boschi, presidente onorario CSCMP Italy Roundtable: "La roundtable è un'occasione di incontro, di confronto, un luogo per accrescere il sapere della filiera. Le competenze, la sete di conoscenza, la passione per il proprio lavoro sono fondamentali a tutti i livelli, non solo manageriale. Non ho particolari talenti - ha concluso citando Albert Einstein - sono solo appassionatamente curioso". Sulle risorse umane anche Renzo Sartori, Vice presidente Assologistica: "Non ci sono certezze, la società è disorientata - ha commentato -. Ma non si riparte "dall'andrà tutto bene", occorre ricominciare dal capitale umano e dal valore delle nostre azioni. Le aziende vanno intese come necessità sociale perché sono fatte di persone, famiglie e investimenti. Il tema della professionalità diventa fondamentale: se non c'è non si riparte".



**Emergenza sanitaria e logistica, ruolo delle persone e delle imprese, sostenibilità, automazione, blockchain, IoT, gestione dei big data, e-commerce. Con le opinioni di Fedespedit, Italscandia, Heineken, ZAI-LOG, Bialetti, Nestlé Purina, Bayer e tanti altri. In alto Igino Colella (CSCMP): "uno scenario completo sia in termini generali, sia di fronte alla situazione attuale"**

## La logistica: servizio essenziale

Come ogni anno, anche i lavori dell'edizione virtuale sono stati articolati in numerose aree tematiche e numerosi sono stati gli spunti e gli stimoli: dal supply chain management ai trasporti passando per blockchain, magazzini, pianificazione, sostenibilità, sicurezza: "Se la politica non riconosce la logistica come servizio essenziale - ha sottolineato Sartori - non se ne esce. Non siamo alla ricerca di benefici e di aiuti, ma di dignità". Colella, identificando il tema centrale, quindi la trasformatio-

ne della supply chain per via del Covid (e non solo), ha tracciato lo scenario odierno, caratterizzato da instabilità politica, dalla globalizzazione che, per via del contesto, ha arretrato di un passo, ma anche da automazione e robotizzazione: "Il tema della sostenibilità - ha precisato - è diventato parola d'ordine, non più concetto accademico". Ma la sostenibilità deve fare i conti con l'emergenza sanitaria, e dunque con la spinta dell'e-commerce che da un lato pone al centro le consegne immediate, dall'altro il conseguente aumento dei costi. Centrale anche il ruolo del risk



**John Gattorna (Gattorna Alignment): "dobbiamo aspettarci una volatilità continua causata dai mercati, dalla politica e da eventi imprevedibili"**



**Gerd Leonhard (Futures Agency): "Stiamo vivendo la più grande trasformazione tecnologica dell'umanità. Dobbiamo fare i conti con il cambiamento"**

## La logistica riguarda tutti

“Dal consumatore ai decisori politici la logistica riguarda tutti - ha esordito Silvia Moretto, CEO D.B. Group e Presidente Fedespedi, durante la tavola rotonda “Trasporti e sostenibilità” -. Si tratta di un settore che da tempo è impegnato sul fronte dell’abbattimento delle emissioni, delle politiche di riciclo di rifiuti, della autosufficienza energetica. Non si deve però



Alberto Milotti



Franco Fenoglio



Silvia Moretto

dimenticare la promozione presso i consumatori di scelte logistiche consapevoli: per esempio insegnando a preferire i prodotti con meno imballaggio”.

Durante la tavola rotonda è stato approfondito il fenomeno dell’e-commerce che, nel 2020, anno della pandemia, ha dato luogo a un giro di affari di 30,6 miliardi di euro, con un +31% nell’acquisto di prodotti: “Non tutti i modelli distributivi sono sostenibili - ha precisato Moretto -: la logistica ha un costo sia monetario che ambientale. Le consegne in 24 ore hanno un impatto sulle risorse ambientali cinque volte superiori rispetto alle consegne settimanali. Dobbiamo chiederci se stiamo perseguendo un modello sostenibile”.

“L’86% delle merci viaggia su gomma - ha fatto notare Franco Fenoglio, fino a dicembre 2020 Ad di Italscania nonché presidente di Unrae, sezione veicoli industriali -. I costruttori non hanno alternative: o lavorano sulla sostenibilità, oppure scompaiono”. Fenoglio ha ricordato i lavori in corso in tema di motorizzazioni elettriche, ibride, a gas: “Tra il 2025 e il 2030 si conta di arrivare al camion a idrogeno - ha aggiunto - ma occorrono cospicui investimenti anche nelle infrastrutture: l’obiettivo del comparto è diminuire i veicoli a favore dell’intermodalità grazie alla quale è possibile togliere dalle strade sino al 60% dei veicoli che spesso viaggiano a vuoto”.

Sull’intermodalità anche Alberto Milotti, Direttore ZAI-LOG, Interporto Quadrante Europa di Verona: “Occorre far dialogare trasporto ferroviario e trasporto su gomma - ha precisato -: due mondi che si incontrano solo negli interporti”. Un dialogo possibile grazie alle infrastrutture e agli hub dedicati, la tecnologia, apposite App e i numerosi progetti già in essere che contemplano parcheggi sicuri per gli autotrasportatori nonché la diffusione dei distributori Lng: “Non solo sostenibilità ambientale ma anche sociale e economica”.

management: “Non abbiamo la sfera di cristallo ma oggi, grazie alla tecnologia, abbiamo la possibilità di prevedere gli scenari futuri”.

### Osservare, adattare, cambiare

Sul futuro è intervenuto Gerd Leonhard, futurologo e CEO della Futures Agency che, con un intervento tranchant, ha offerto una serie di spunti per comprendere, e dunque progettare correttamente, i prossimi dieci anni.

Citando la blockchain, la robotica, i big data, la stampa in 3D, l’Internet of Things, il sequenziamento genomico, ha ricordato: “Stiamo vivendo la più grande trasforma-

## And the winner is...

L’evento, organizzato con il patrocinio di Assologistica e GS1, il sostegno di Kuehne+Nagel, TESISQUARE, ToolsGroup e il supporto degli sponsor Accudire, Modula, Vigilanza Group, Nacora, Consulenza e Risorse, si è concluso con la consegna dei premi “CSCMP Italy 2020”: a Pietro Gorlier, Chief operating officer EMEA Region FCA, è spettato il “Supply Chain Hall of Fame”, a Sara Fiorella, Head of logistics Vodafone Italia, il “Distinguished Service Award” e a Matteo Suman, Sales operations senior manager Safilo l’“Emerging Leader Award”.

zione tecnologica dell’umanità e pertanto dobbiamo fare i conti con il cambiamento: i dati sono il nuovo petrolio, l’intelligenza artificiale una nuova forma di elettricità, l’internet delle cose il

sistema nervoso. E la realtà aumentata ha sostituito gli occhi”. Al centro del cambiamento la tecnologia, la salute, la sostenibilità, la politica: “Nei prossimi due anni - ha concluso - sono tre



Giuseppe Boschi (CSCMP): “Le competenze, la sete di conoscenza, la passione per il proprio lavoro sono fondamentali a tutti i livelli, non solo manageriale”



Paolo Guidi (Kuehne+Nagel): “Sostenibilità non significa zero emissioni, piuttosto ricercare tutte le soluzioni best in class che permettano di ridurre”



Renzo Sartori (Assologistica): “Se la politica non riconosce la logistica come servizio essenziale non se ne esce. Non siamo alla ricerca di aiuti, ma di dignità”

## Hörmann, sinonimo di sistemi per la logistica



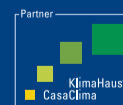
Dal 1935 Hörmann propone soluzioni progettate e realizzate su misura per l’industria e la logistica.

Con le tecnologie di carico-scarico Hörmann, tutte perfettamente integrabili, le operazioni si svolgono in modo sicuro, efficiente e con dispersioni termiche minime.

Scopri le soluzioni disponibili su [hormann.it](http://hormann.it).



Servizio tempestivo per interventi di controllo, manutenzione e riparazione



[www.hormann.it](http://www.hormann.it)  
[info@hormann.it](mailto:info@hormann.it)

**HÖRMANN**  
Porte • Portoni • Sistemi di chiusura

## Bialetti, Bayer e Nestlé Purina



Luca Brandellero

Luca Brandellero, Supply Chain & Operations Director Bialetti, Michele Palumbo, Supply Chain Director di Bayer e Marco Porzio, Supply Chain Director of South European Region di Nestlé Purina, hanno testimoniato di quanto e come il Covid abbia impattato sulla logistica delle aziende a cominciare dalla complessità di Bialetti, che serve i canali GDO, Retail, Horeca e e-commerce: "Con la nostra rete di 110 punti vendita e gli altri canali - ha commentato Brandellero - siamo un'azienda industriale, ma siamo anche un'azienda collocata in provincia. Il magazzino centrale è riuscito a servire la Gdo e i clienti privati, qualche problema di flusso lo abbiamo riscontrato, ma ce la siamo cavata."

Notevole l'impatto del Covid su Bayer, 15mila posti pallet stabilmente occupati, 600 grossisti serviti, 11mila tra farmacie e parafarmacie cui si sommano 3.000 punti vendita nella Gdo e altrettanti ospedali: "Codogno (prima zona rossa di marzo 2020) è a pochi passi dal nostro deposito principale - ha esordito Palumbo -. Da subito è stato quindi necessario appoggiarci al nostro magazzino secondario, localizzato nel centro-sud". Bayer ha basato le proprie decisioni su strumenti in grado di fornire modelli provvisori: "Se si deve pensare solo allo stock - ha puntualizzato il manager - meglio centralizzare. Ma se si considerano anche i trasporti, lo scenario decisionale cambia."

È stato ridotto l'impatto dell'emergenza sanitaria sul personale di Nestlé, che come ha raccontato Porzio era già abituato da tempo a lavorare in remoto: "Da subito è rimasto in azienda solo il personale di linea - ha ricordato - tutto il resto in smart working. La

fabbrica di San Pellegrino (Bergamo) ha sofferto sia per la mancanza del personale colpito dal virus, sia per il canale Horeca, azzerato. Ma si è contenuto il danno. La pandemia ci ha insegnato che occorre avere maggiore flessibilità sui backup e che questi debbano essere distanti tra loro: prima dell'emergenza sanitaria gli assetti erano pensati per terremoti ed eventi atmosferici, dunque la distanza corretta era di circa 100 chilometri: il Covid ci ha dimostrato che queste distanze possono non essere sufficienti".

Quanto al futuro, Bialetti pensa all'omnichannel, a un magazzino di emergenza e anche a nuovi fornitori: "Non essere legati a uno solo - ha specificato Brandellero - può fare la differenza".

Quanto a Bayer, Palumbo ha messo in discussione il termine resilienza, usato e, forse, oggi abusato: "Dopo il periodo di pressione - ha spiegato - non torneremo come prima, ma miglioreremo".

Infine Porzio di Nestlé: "Si è parlato fino a ieri di futuro all'insegna della flessibilità - ha chiosato - oggi dobbiamo aggiungere il concetto di agilità, ossia la capacità di adattarsi a situazioni totalmente imprevedibili".

le cose da fare: osservare, adattare e, quindi, cambiare".

### Il caso Beerwulf (Heineken Group)

Hanno parlato di cambiamento costruttivo e concreto Brent Jones, European Head of Logistics and Operations Beerwulf (Heineken Group) e Paolo Guidi, Sales & Marketing Director, Kuehne+Nagel, che hanno raccontato il progetto che ha visto protagonista la logistica dell'azienda olandese, produttrice di birra: "Il progetto è partito nel 2016 - ha esordito Guidi - incardinato su due aspetti fondamentali: il perimetro europeo e la necessità di incentivare l'e-commerce. Il primo passo è stato comprendere i bisogni del Gruppo Heineken per poi puntare sulla crescita dei volumi, sul packaging, sulla modalità delle spedizioni e sulla sostenibilità". Quanto a quest'ultima ha precisato: "Sostenibilità non significa zero emissioni, piuttosto ricercare tutte le soluzioni best in class che permettano di ridurre la produzione di CO2".

“Non ho particolari talenti: sono solo appassionatamente curioso”

### Siamo persone, non robot

Il progetto logistico messo a punto, come ha evidenziato Brent Jones, si è rivelato strategico durante la pandemia: "Il nuovo sistema di gestione, la razionalizzazione dei punti di deposito, la gestione dell'ultimo miglio ottimizzata - ha spiegato - nonché l'individuazione di adeguati KPI (Key Performances Indicators - Ndr) di monitoraggio,

## Sistema e non porto

Un esempio di network intermodale riuscito è quello portato da Zeno D'Agostino, presidente dell'Autorità di Sistema Portuale di Trieste: "Siamo il primo porto italiano per numero di tonnellate di merci e siamo anche il primo porto petrolifero - ha ricordato -. L'Eurostat ci colloca al nono posto della classifica dei porti europei: grazie alla nostra capacità di essere sistema e non porto, e con un investimento già finanziato da 200 milioni di euro, riusciamo a fornire l'Europa del nord-est, quella che cresce ed è produttiva, nonché l'Europa occidentale".



Zeno D'Agostino

Credits: Fabrizio Giraldi



Per Brent Jones (Beerwulf - Heineken Group) "Automazione sì, ma senza dimenticare di essere società di persone, non di robot"

ci hanno portato, nonostante la situazione, a una crescita annua del 200%". Infine, spiegando il ruolo dell'automazione nel nuovo assetto, ha concluso: "Automazione sì, ma senza dimenticare di essere società di persone, non di robot".

### L'allineamento dinamico

Sul cambiamento, dall'Australia, John Gattorna, CEO di Gattorna Alignment, ha parlato di supply chain a prova di futuro ricordando il concetto di "allineamento dinamico", ossia la teoria per cui l'80 per cento dei modelli di acquisto dei clienti rientrano in una delle cinque categorie dominanti: collaborative, transactional, project accumulation, dynamic, innovative solutions.

Pertanto, se un'impresa crea supply chain che si adattano a questi modelli servirà meglio i propri clienti e migliorerà i propri ricavi. In pratica, con l'allineamento dinamico, si percorre a ritroso la filiera logistica, partendo dal cliente fino ad arrivare all'azienda in modo da ottenere la giusta combinazione di persone, tecnologie e processi per servire i clienti esattamente come desiderano: "Nei prossimi decenni - ha spiegato - una progettazione precisa delle supply chain sarà fondamentale. Tuttavia, dobbiamo aspettarci una volatilità continua causata dai mercati, dalla politica e da eventi imprevedibili come il Covid-19. Il nostro compito è progettare e costruire supply chain in grado di operare a qualsiasi livello di resilienza". ■

Reinventiamo la  
logistica ogni giorno  
Diamo forma al futuro insieme.

Since  
1845

### Il futuro si basa sulla storia.

Il futuro non è una coincidenza, ma è frutto di nuove idee.

BITO. Una storia di qualità ed affidabilità lunga 176 anni.

**BITO**  
SISTEMI DI  
MAGAZZINO