

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

la Repubblica | Mobile | Facebook | Twitter | Google +

la Repubblica | L'Espresso | Network

R.it ECONOMIA & Finanza con Bloomberg

RICERCA TITOLO

CERCA

Home Finanza con Bloomberg Calcolatori Finanza Personale Osserva Italia

UTENTI REGISTRATI ▶ Listino ▶ Portafoglio

Sei in: Repubblica > Economia > Affari e finanza > Benetton, Barilla, Calzedonia il magazzino 4.0 fa bene ai margini

Stampa Mail

ECONOMIAITALIANI

Benetton, Barilla, Calzedonia il magazzino 4.0 fa bene ai margini

Lo leggo dopo

LE NUOVE PIATTAFORME E L'UTILIZZO DEI BIG DATA PER ANALIZZARE IN TEMPO REALE I FLUSSI DANNO LUOGO A NUOVE TECNOLOGIE IN GRADO ANCHE DI VARIARE DA SOLE I PREZZI DEI PRODOTTI IN BASE ALL'ANDAMENTO DELLA DOMANDA Christian Benna Milano L a ripresa dell'industria bussa alle porte del magazzino. Perché buona parte delle chiavi della competitività si nascondono tra le pieghe della supply chain in cui trovano applicazione tecnologie di nuova generazione. Ora non ci si limita più a registrare flussi ma le piattaforme intelligenti "decidono" in base all'analisi dei flussi stessi. Mandano gli ordini alle linee, anche a quelle delocalizzate, in base alla domanda. Oppure addirittura possono cambiare i prezzi dei nuovi stock in uscita sui prodotti che tirano di più o di meno per ottimizzare le vendite. Da Benetton a Barilla, da Luxottica a Calzedonia le piattaforme di gestione magazzino e l'uso dei big data stanno cambiando le organizzazioni delle imprese. E se ha conquistato i campioni del made in Italy, l'ondata dovrebbe ora proseguire fino a raggiungere l'intero tessuto delle medie imprese italiane. Intanto è proprio qui, nei magazzini, che si stanno concentrando i nuovi investimenti Ict del manifatturiero. Nel 2014, secondo il report che sarà presentato il 2 luglio in Expo2015 a Milano da Assinform, l'associazione confindustriale di servizi di informatica e telematica, il tessuto produttivo è tornato a puntare sul rinnovamento digitale della propria filiera.

Si tratta di una crescita della spesa molto contenuta, appena lo 0,6% in più rispetto al 2013, e ancora lontana ai livelli pre-crisi, ma è la prima volta dopo anni di cinghie tirate, che il budget Ict dell'industria riprende ad aumentare, con la prospettiva di uno sviluppo più sostenuto (+2,8%) per il 2015. E di quei 6,8 miliardi di euro messi sul piatto, il primo destinatario è la catena di fornitura e distribuzione, che vede al suo centro il vecchio magazzino, non più mero deposito di scorte, ma motore (digitale) di competitività. Per il 61% delle aziende industriali, le priorità di investimento digitale riguardano infatti la sincronizzazione della supply chain ai nuovi ritmi della fabbrica, in un processo che scova asset di crescita nella pianificazione dei fabbisogni e nella trasformazione dei dati grezzi in informazioni utili per prendere decisioni rapide ed efficienti. Benvenuti nell'epoca della produzione di Industria 4.0, customizzata e in tempo reale, dove il made in Italy, grazie all'approccio digitale, sta giocando le sue carte per ritrovare competitività. Sono due le principali leve di sviluppo: una è basata su software che pescano a piene mani da Big data, sfruttano internet delle cose, si organizzano sulla Nuvola e leggono nel futuro grazie alla business intelligence; l'altra poggia su una componente hardware, sull'utilizzo, anche in serie, delle stampanti in 3d. Entrambe rivoluzionano il concetto di magazzino e di filiera, trasformando il capannone in una sorta di industria virtuale, quasi a chilometro zero. Spiega Agostino Santoni, presidente di Assinform e amministratore delegato di Cisco Italia: «L'industria ha ripreso a investire nel digitale dopo anni in cui è stato il segno meno a governare l'andamento dei budget in Ict. Si tratta di un passo importante che ci riporta in territorio positivo, ma ci vogliono tassi di crescita a due cifre per permettere al tessuto produttivo di abbracciare appieno la trasformazione digitale. Oggi a investire in modo massiccio sono le aziende più strutturate con una forte propensione all'export, quelle che hanno capito che per avere successo nel mondo non basta avere ottimi prodotti, e infatti hanno integrato il proprio modello di business alla vocazione digitale». Basti pensare al caso di Benetton, nel cui riassetto societario c'è anche una rivisitazione in chiave Big data della filiera distributiva, seguendo logiche di prezzo dinamiche. La multinazionale veneta che vede al timone l'amministratore delegato Marco Airoldi ha sviluppato, in collaborazione con Ors Group, un sistema robotico che associa l'analisi dei Big data all'andamento delle vendite alle fasi di etichettatura dei capi di abbigliamento, apponendo i prezzi in base alle informazioni registrate alle casse dei negozi. Per un'azienda di fashion significa poter modulare l'offerta in tempo reale in base ai meccanismi della domanda. Il gruppo Calzedonia del patron Sandro Veronesi, che ha delocalizzato in Serbia buona parte della sua produzione, conserva un pezzo della sua filiera in Italia, negli impianti di tintura e finissaggio di Ti. Bel di Brentino Belluno. Le linee della società controllata della multinazionale dell'intimo viaggiano sature da tempo. Non è il lavoro che manca. Bisogna però migliorare le marginalità. L'azienda ha puntato su un software, sviluppato da Tecnest di Tavagnacco, provincia di Udine, per la pianificazione della produzione e gestione



STRUMENTI

MARKET OVERVIEW

[Lista completa >](#)

Mercati Materie prime Titoli di stato

FTSE MIB	22.569,95	-5,17%
FTSE 100	6.620,48	-1,97%
DAX 30	11.083,20	-3,56%
CAC 40	4.869,82	-3,74%
SWISS MARKET	8.868,39	-1,54%
DOW JONES	17.596,35	-1,95%
NASDAQ	4.958,47	-2,40%
HANG SENG	26.353,49	+1,49%

CALCOLATORE VALUTE

Euro

Dollaro USA

CONVERTI

1 EUR = 1,1200 USD



Seguici su

STASERA IN TV

Rai 1 21:20 - 23:10
Hong Kong Affair

Rai 2 21:05 - 21:15
Loi :-)

La matassa

Wanted - Scegli il tuo destino

[Guida Tv completa >](#)

CLASSIFICA TVZAP SOCIALSCORE



dei magazzini. Si tratta di una piattaforma informatica che raccoglie e ottimizza gli ordini nelle più disparate situazioni, riuscendo a migliorare dell'8% la produttività aziendale. Barilla, guidata dall'amministratore delegato Claudio Colzani, continua a investire sul magazzino completamente automatizzato di Pedrignano, nei 40mila metri quadrati dove i carrelli a guida laser forniti da Elettric80, azienda italiana di Reggio Emilia, identificano gli ordini e oggi riescono a garantire un nuovo sistema di tracciabilità della pasta, dal campo di grano fino allo smartphone del consumatore. L'espansione globale di Luxottica è un labirinto di enorme complessità composta da 70 mila codici articoli in magazzino, 20 mila in produzione e circa 10mila introdotti ogni anno. Per vederci chiaro, l'azienda ha rivoluzionato la supply chain in ottica digitale integrando i sistemi fisici con quelli informativi in una filiera organizzata che associa previsione domanda, pianificazione di approvvigionamenti, sviluppo nuovi prodotti, produzione e distribuzione. In questo mare di processi informatici, la supply chain conta anche su un alleato in linea di produzione, nella cosiddetta additive manufacturing, che utilizza le tecnologie stampanti a 3d. L'ultimo studio di Wohlers Report racconta di un settore che sta esplodendo nel mondo, con tassi di crescita del 35% e 4 miliardi di dollari di giro d'affari, e che in Italia vede già all'opera 2500 stampanti in 3d. Spiega Bruno Lamborghini, presidente di Aica, associazione per l'informatizzazione e il calcolo automatico che ha lanciato sei mesi fa un Osservatorio sulla fabbrica digitale: «Il manifatturiero in Europa ha perso 7 milioni di posti di lavoro fra il 2000 e il 2013 e in 10 anni ha diminuito il suo peso sul Pil del 5%. La ripresa oggi è però a portata di mano grazie all'introduzione delle tecnologie digitali. Il vantaggio del digital manufacturing consiste nel poter produrre sia pezzi unici che personalizzati, abbattendo i tempi inattivi di produzione e i costi delle scorte in magazzino. Pensiamo anche al risparmio nel settore dei ricambi se prodotti in real time. Non a caso le aziende dell'automotive, da Ferrari a Ducati, e dell'aeronautica, come Avio Aero, li stanno già utilizzando nelle produzioni in serie». 1 2 3 4 Qui a lato, l'ad di Benetton Group Marco Airoldi (1) Il numero uno di Calzedonia Sandro Veronesi (2) L'ad di Barilla Claudio Colzani (3) Massimo Vian (4) ad Prodotto e Operations di Luxottica

(29 giugno 2015)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ilmiolibro

ebook



TOP EBOOK

La coppia strategica

di Davide Algeri, Valentina Guarasci, Simona Lauri



LIBRI E EBOOK

COMÉRIMO

di Franco Fantozzi

Publicare un libro
Fiabe, Fumetti, Fantascienza,
Fantasy: il concorso
Concorso narrativa
Concorso saggistica

ilmiolibro.it

[Fai di Repubblica la tua homepage](#) | [Mappa del sito](#) | [Redazione](#) | [Scriveteci](#) | [Per inviare foto e video](#) | [Servizio Clienti](#) | [Aiuto](#) | [Pubblicità](#) | [Parole più cercate](#) | [Privacy](#)

Divisione Stampa Nazionale — Gruppo Editoriale L'Espresso Spa - P.Iva 00906801006

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA