



Lorenzo Guaschino
presidente di REPLICA SISTEMI

COME GIUDICATE LA SITUAZIONE GENERALE DELLA LOGISTICA NEL NOSTRO PAESE?

La logistica nel nostro Paese da un lato soffre per la crisi di tutti i settori, ma dall'altro raccoglie i frutti della specializzazione maturata negli anni.

Infatti, le aziende si concentrano maggiormente sul proprio core business esternalizzando quelle attività che possono essere fatte meglio e a costi più contenuti dai professionisti della logistica.

La logistica oggi, più che mai, ricopre un ruolo importante, perché ha il compito di migliorare l'efficienza nei magazzini e lungo la filiera. Da uno studio di Fraunhofer, importante organismo di ricerca europeo, emerge che nel nostro Paese il mercato sarà stabilmente in crescita per coloro che hanno sempre investito in strutture fisiche e tecnologiche per migliorare la propria attività e i servizi da offrire ai clienti.

Per poter raggiungere però risultati concreti lungo tutta la supply chain, è necessario che ci sia una condivisione degli obiettivi da parte di tutti i componenti della filiera: fornitori – produttori – operatori logistici – trasportatori – distributori – cliente finale. Bisogna lavorare ancora molto per standardizzare tutti i processi e per condividerli con un linguaggio universale.

La tecnologia ha fatto passi da gigante e fornisce già gli strumenti per farlo, ma manca ancora una regia strategica e operativa in grado di coordinare il tutto.

In particolare quali sono i vincoli (infrastrutture, normative, relazioni sindacali...)?

Sicuramente in Italia abbiamo un apparato normativo e burocratico complesso e mancano infrastrutture (strade, ferrovie ecc.), ma riteniamo anche che le aziende sfruttino queste carenze strutturali per coprire le loro vere "inefficienze" e giustificare così la mancanza di trasparenza delle informazioni.

Gli strumenti per migliorare i flussi informativi non mancano, perché esistono ormai software di ultima generazione molto performanti, ma le aziende non investono in questi strumenti perché non si fidano completamente del ritorno dell'investimento che potrebbero ottenere. C'è anche un fattore emotivo: le aziende italiane da sempre si caratterizzano per creatività e passione, al contrario, i software seguono processi standard e apparentemente "rigidi", pertanto c'è il timore che la tecnologia possa "frenare" l'originalità del Made in Italy.

Pensiamo inoltre che lo Stato debba premiare quelle aziende che invece operano sul mercato internazionale con trasparenza, nel rispetto delle norme e del lavoro di tutti, mediante sgravi fiscali e incentivi alla legalità. Le risorse che ne deriverebbero servirebbero a migliorare le infrastrutture e inoltre, così facendo, tutte le aziende potrebbero competere alla pari, perché chi è nella legalità non risulta penalizzato dalla concorrenza sleale.

Quali strumenti tecnologici potete offrire per la loro eliminazione?

Replica Sistemi è specializzata nello sviluppo di software per la gestione della logistica e dei trasporti, con i prodotti wms StockSystemEvolution e tms ShowTrip. Progetta e implementa anche soluzioni ERP verticali, come NAV WINE, il modulo sviluppato su



piattaforma Microsoft Dynamics Nav per il settore vitivinicolo e l'ERP Ergo per i settori edile e alimentare.

La logistica potrebbe aiutare la ripresa?

Assolutamente sì, proprio perché ha la funzione di ottimizzare le risorse e quindi di aumentare la produttività.

La tecnologia potrebbe aiutare la logistica?

Sì, la tecnologia può aiutare la logistica, però bisogna sfatare alcuni miti puntualizzando che bisogna saper scegliere gli strumenti giusti, perché diversamente si rischia di complicare i processi, anziché semplificarli!

La tecnologia per le aziende dev'essere un investimento, non un costo: ogni progetto deve garantire dei risultati in termini di recupero di efficienza e produttività, altrimenti perde la sua funzione e il suo valore. Bisogna scegliere il software e la tecnologia giusti affidandosi a partner competenti e specializzati per non ritrovarsi più poveri e delusi per aver sostenuto costi ingenti senza risultati concreti.

Potete fare, in questo caso, esempi concreti?

Sicuramente possiamo fare esempi concreti, ma preferiamo far parlare i nostri clienti. Per esempio, Sammontana ha affermato che l'implementazione della tecnologia voice integrata al nostro software wms StockSystemEvolution ha incrementato la produttività e ridotto gli errori. Widmann, invece, ha sostituito il vecchio wms con il nostro e ha incrementato la produttività di oltre il 20%. E ce ne sono molti altri, di tutti i settori merceologici, che possono raccontare la loro positiva esperienza.

La green economy: vincolo, opportunità o finzione?

C'è una sensibilità crescente, infatti anche in magazzino si ricercano soluzioni per ridurre l'impatto ambientale. Nei depositi l'utilizzo di un wms permette l'ottimizzazione dei percorsi, la riduzione dell'impiego di supporti cartacei e inoltre migliora le spedizioni verso i clienti con viaggi e percorsi ottimizzati che riducono le emissioni di CO₂. Per dire se è un vincolo o un'opportunità concorrono molti fattori tra cui anche la sensibilità (crescente) delle persone al "green". Affinché diventi un'opportunità però servono anche gli incentivi pubblici!

PER QUANTO RIGUARDA IL VOSTRO BUSINESS: COME SI È CONCLUSO IL 2012 E QUALI SONO LE VOSTRE PROSPETTIVE PER L'ANNO CHE VIENE?

Nonostante la crisi del Paese, la nostra azienda ha concluso il 2012 con risultati pari a quelli del 2011 e nuovi clienti già nei primi giorni del 2013.

Avete introdotto dei cambiamenti significativi nella Vostra offerta e nel vostro modo di fare business ed altri pensate di introdurre a breve e nel corso dell'anno?

Siamo sempre in evoluzione, i cambiamenti sono all'ordine del giorno, perché il mercato cambia, pertanto non possiamo restare a guardare, ma vogliamo essere protagonisti del cambiamento.

In concreto abbiamo apportato novità al nostro apparato strutturale (acquisito aziende e stretto nuove partnership), organizzativo, tattico e strategico (siamo presenti in nuovi mercati all'estero). Abbiamo introdotto anche novità funzionali ai nostri prodotti e stiamo investendo sulla formazione di tutto il personale.



Dal punto di vista più strettamente di business, tra l'annosa questione del prezzo paragonato ai servizi, quale è il metro di giudizio prevalente tra i vostri clienti?

Chi ci sceglie lo fa consapevole di fare un investimento, pertanto il prezzo non è visto come un mero costo, ma è quanto serve per creare nuovo valore e ottenere un miglioramento in termini di efficienza e produttività.

Questa è l'ottica con cui bisogna ragionare per poter avere una prospettiva di futuro.

E INFINE: UN COMMENTO GENERALE, POSSIBILMENTE UN AUGURIO PER IL 2013...

Il 2013 sarà un anno di nuove sfide, ma noi siamo positivi perché abbiamo basi solide e prospettive per il futuro. Lo slogan del nostro cliente Es-Ko International dice: "ovunque la logistica è una sfida, noi ci siamo"... e noi con loro!