



Speciale

Tecnologia e tracciabilità per una filiera a prova di consumatore

a cura di Michela Del Pizzo

Anche per il settore alimentare, a maggior ragione con lo sviluppo della grande distribuzione, sono i gusti del consumatore a dettare le strategie in azienda, dalla produzione alla consegna al cliente finale.

È indispensabile quindi dotarsi degli strumenti necessari per misurare i propri processi, non solo per ridurre gli sprechi, ma anche per capire come soddisfare la domanda, attraverso un'offerta sempre più customer-oriented

Food, Beverage & GDO

In attesa della seconda edizione di **Trace ID Food** (www.trace-id.eu), l'evento sulla logistica e la tracciabilità dei prodotti alimentari organizzato da Editrice TeMi - Logistica Management e Datavalue che si terrà il prossimo 10 novembre a Milano, iniziamo ad addentrarci nella supply chain di tre settori da sempre rilevanti per la nostra economia: food, beverage e largo consumo. In entrambi i casi, negli ultimi anni le strategie aziendali sono state influenzate dalle scelte del consumatore, e non solo. Il modello distributivo multicanale, ad esempio, che così spesso abbiamo analizzato per il fashion, ha ormai preso piede anche nel food&beverage, con il consolidamento di piattaforme di eCommerce, tra cui **Cortilia** e **Amazon**, che abbinano ad un'ampia scelta di prodotti agroalimentari e vitivinicoli, anche un servizio di consegna a misura del cliente e, soprattutto, adatto ai ritmi della vita in città.

Accorciare la filiera è anche il motivo che ha spinto alla riqualificazione della Nuova Area Mercatale presso il Centro Agro Alimentare di Bologna, attraverso un progetto - curato da Toyota - che ha consentito di passare da una movimentazione delle merci tradizionalmente "push" ad una "pull", ovvero tirata dalla "spedibilità" ai clienti: una visione innovativa per un mercato ortofrutticolo moderno.

Trattandosi poi di prodotti destinati al consumo umano, parleremo anche di tracciabilità e sicurezza alimentare attraverso il caso **Igor**, uno dei maggiori produttori del Gorgonzola DOP, il tipico formaggio di Novara considerato un'eccellenza della gastronomia italiana.

Della deperibilità dei prodotti freschi parleremo invece insieme a **Granarolo**, che ha notevolmente ampliato i suoi orizzonti di prodotto per compensare, con shelf life più lunghe, l'estrema volatilità del mercato e la difficoltà di armonizzare la produzione con la domanda. La supply chain di **Bel Italia** si distingue invece per i progetti di logistica collaborativa e di logistica sostenibile, insieme ad una impostazione estremamente dinamica e orientata al mercato che impatta su tutta la gestione della filiera.

Lato GDO, traendo spunto dall'ultimo convegno di ECR Italia, vedremo quali conseguenze produce l'out of stock sul consumatore e come porvi rimedio attraverso l'adozione di strumenti di misurazione dei propri processi.

Il gruppo **Carelli** ad esempio, operante nella grande distribuzione nel sud Italia, ha ottenuto eccellenti risultati sul fronte della tracciabilità e del rifornimento del proprio network, attraverso l'adozione del WMS di Overlog, attualmente in uso per il Ce.Di dei prodotti a temperatura ambiente.

Infine, con CPR System torneremo a parlare di imballaggi con il pooling dei contenitori riutilizzabili, che porta vantaggi a tutti i livelli della catena di fornitura, con particolare riferimento al settore alimentare.



IL FRESCO SCOPRE LA MULTICANALITÀ

Dopo Expo 2015, il Governo ha indicato come obiettivo per il settore alimentare un aumento dell'export che porti a 50 miliardi di euro entro il 2020. Attualmente, grazie ad un incremento dell'8% nel 2015, si è arrivati alla quota di 36,9 miliardi di euro.

Ma cosa c'è dietro il successo di un comparto come l'alimentare, uno dei migliori tra i manifatturieri, con un fatturato di 133 miliardi di euro e 58mila imprese?

Sicuramente tanta innovazione e nuove strategie di sviluppo sia del prodotto che del canale di vendita. Secondo un'analisi di AgFounder su dati CrunchBase, il 2015 è stato un anno record a livello di investimenti per quanto riguarda aziende e "startup agtech" - la tecnologia applicata all'agroalimentare - con 4,6 miliardi di dollari investiti (circa +100% rispetto al 2014).

Il Food eCommerce (anche il delivery) ha raccolto invece il 35% di questi investimenti con 1,65 miliardi, nell'ambito del food delivery si stima che il mercato globale del take away e della consegna a domicilio raggiungerà i 90 miliardi di dollari nel 2019 (fonti: BCG, Callcredit, Daedal, Euromonitor, IRC, MarketLine, Wells Fargo). Riguardo all'Italia, secondo le prime stime le dimensioni del mercato food&beverage online dovrebbe crescere fino a 329 milioni di euro nel 2017, ad un ritmo di crescita annua di quasi il 20% (fonte: Euromonitor 2014). La vendita online di alimentari vale solo il 2% sul totale mercato eCommerce B2C italiano, ma è fermo ad appena lo 0,25% come tasso di penetrazione nel retail di settore, evidenziando quindi un elevato potenziale di crescita (fonte: CB Insights 2015).

In Italia, **Cortilia** è stata la prima piattaforma online a promuovere l'acquisto di prodotti agroalimentari, mettendo in diretto contatto consumatori e agricoltori locali per fare la spesa come in campagna. A soli cinque anni dalla sua fondazione, il servizio di Cortilia è diffuso in Lombardia (nelle province di Milano, Monza e Brianza, Varese, Como, Pavia, Lodi e Bergamo), in Piemonte (nella provincia di Novara e a Torino) e in Emilia-Romagna (Bologna e Modena). Da sempre attenta a valorizzare i prodotti del territorio senza dimenticare le esigenze dei propri clienti, Cortilia ha attivato di recente una nuova iniziativa in grado di coniugare l'attenzione per l'ambiente all'efficienza del servizio: un sistema di consegne in bicicletta che porta direttamente a casa degli utenti, residenti a Milano, una spesa fresca e a impatto zero.

Infatti, grazie alla collaborazione con PonyZero, sono tre le cargo bike a destreggiarsi fra le strade di Milano, speciali biciclette dotate di cassoni coibentati in grado di mantenere una temperatura controllata tra 0 °C e 4 °C, ideale per preservare la catena del freddo e consegnare a domicilio i prodotti provenienti dagli agricoltori locali. Ogni bicicletta, sei giorni a settimana, trasporta decine di cassette contenenti frutta, verdura, ma anche formaggi, latte, uova, carne e molti altri prodotti del territorio, in ogni condizione atmosferica e ovviando in modo ecologico ai problemi del traffico. «*Ottimizzare la filiera non significa solo offrire ai consumatori prodotti locali di origine controllata, ma ci pone di fronte a una responsabilità più ampia che coinvolge l'intero ciclo produttivo* - spiega Marco Porcaro, Fondatore e CEO di Cortilia. - *Ed è proprio in un'ottica di sostenibilità e rispetto ambientale che abbiamo deciso di affidare alle due ruote le consegne nel centro di Milano: ogni cassetta consegnata consente infatti di risparmiare circa 1 kg di emissioni di CO2, pur rispettando le stesse tempistiche del tradizionale trasporto su gomma.*

Food, Beverage & GDO



SERVIZIO AMAZON PRIME NOW.

Da quest'anno anche **Amazon** ha aperto la sua piattaforma all'alimentare. Infatti, da alcuni mesi la gamma dell'offerta di Amazon Prime Now include i primi prodotti freschi: Amazon ha annunciato infatti di aver aggiunto 30 tipologie di frutta e verdura ai 20.000 prodotti acquistabili con l'app Amazon Prime Now, il servizio per i clienti Prime che offre consegne in un'ora o in finestre di due ore a Milano e in 34 comuni dell'hinterland milanese dalle 8:00 a mezzanotte, 7 giorni su 7. I clienti Amazon Prime Now potranno usufruire a qualsiasi ora della giornata di frutta e verdura freschi consegnati al piano, dicendo così addio alla fatica di sollevare pesanti buste della spesa. Mele, banane, pomodori e zucchine, solo per citarne alcuni, verranno consegnati in ufficio, per una salutare pausa pranzo o a casa, per osservare una dieta equilibrata. Le trenta tipologie di frutta e verdura si aggiungono alla gamma di oltre 20.000 prodotti disponibili al servizio Prime Now che offre già surgelati (tra cui buste di minestrone e vaschette di gelato), prodotti freddi (come affettati e yogurt), oltre a pane, pasta, caffè, bibite, birre, vini e alcolici.

L'offerta si aggiunge anche agli articoli presenti nel negozio Alimentari e cura della casa, con una selezione di migliaia di prodotti a lunga conservazione (biscotti, popcorn, bibite) di marchi nazionali e internazionali (Barilla, Mulino Bianco, Knorr, Mellin).

RIORGANIZZARE LA PIATTAFORMA IN BASE ALLA "SPEDIBILITÀ"

Parte dell'efficienza del comparto alimentare deriva da una gestione dei processi innovativa e senza sprechi, dove la logistica, sia interna che distributiva, gioca un ruolo essenziale. È il caso del recente progetto che vede al centro il Centro Agro Alimentare di Bologna (CAAB), presso il quale è stata inaugurata la Nuova Area Mercatale preposta ad ospitare il mercato ortofrutticolo cittadino, realizzata all'interno del comparto B del Fondo PAI - Parchi Agro-alimentari istituito e gestito da Prelios SGR.

Dal punto di vista logistico il nuovo CAAB è dotato di una piattaforma centralizzata con capacità di carico/scarico contemporaneo di 29 automezzi pesanti. Il progetto, sviluppato da Toyota Academy, Divisione Training & Consulting di **Toyota Material Handling Italia**, ha consentito di passare da una movimentazione delle merci tradizionalmente "push" ad una "pull", ovvero tirata dalla "spedibilità" ai clienti: una visione innovativa per un mercato ortofrutticolo moderno. Per sostenere questi obiettivi sono stati ridefiniti tutti i flussi informativi, consentendo la tracciabilità, riducendo i tempi di attesa delle merci all'interno dell'area mercatale, potenziando l'affidabilità di ogni spostamento logistico. La progettazione ha previsto una maggiore velocità negli spostamenti interni delle merci e quindi nel carico/scarico, caratteristica fondamentale in un mercato con funzione re-distributiva quale quello di Bologna. Gli ambienti per la vendita hanno maggiore versatilità logistica e sono dotati sia di rampe di carico/scarico a sbalzo sia di aree per il carico a raso di veicoli leggeri.

A tempi logistici inferiori corrispondono costi più bassi e costi gestionali (es. condominiali) inferiori viste le caratteristiche costruttive, ma anche per la adozione di tutte le più moderne tecnologie di risparmio energetico. Il progetto della Nuova Area Mercatale imponeva un obiettivo importante: NAM deve sostenere gli stessi volumi logistici gestiti sino ad oggi dal Mercato CAAB - oltre 450.000 pallet annui tra "in ingresso e in uscita" - in un'area che si è contratta del 75%, utilizzando 20 baie di carico contro le 80 della precedente struttura.

«Un progetto logistico così importante e innovativo - spiega **Leonardo Salcerini, Managing Director di Toyota Material Handling Italia** - ha imposto una fase di pianificazione e condivisione di quasi un anno. Abbiamo effettuato l'analisi dei flussi logistici e dei volumi dell'intero mercato e anche dei singoli concessionari di CAAB, per cercare di integrare e condividere le esigenze e le opportunità di tutti gli stakeholders coinvolti nel progetto».

La struttura è completamente orientata alla sostenibilità economica ed ambientale: si utilizza allora l'energia "pulita" prodotta dai grandi impianti fotovoltaici CAAB (100.000 metri quadri per oltre 11



CENTRO AGRO ALIMENTARE DI BOLOGNA.

Speciale

milioni di Kwh), che saranno a breve notevolmente ampliati con la costruzione di tettoie fotovoltaiche nelle aree di parcheggio: l'obiettivo è oltrepassare i 15 milioni di Kwh.

I numeri del CAAB parlano di oltre 400 milioni di euro di fatturato annuo, 16 aziende grossiste, 5 cooperative che raggruppano 290 aziende, 100 imprese agricole che commercializzano direttamente, 2000 clienti grossisti e dettaglianti, 2 borse merci (frutta, ortofruttili biologici), 100.000 analisi chimiche e microbiologiche effettuate nel piano di monitoraggio igienico sanitario. Accanto al mercato, di CAAB fanno parte, in maniera sempre più significativa, magazzini refrigerati e piattaforme logistiche coperte, strutture per il commercio di fiori, generi agroalimentari ed ittici, aziende e strutture di supporto al settore. Il CAAB si propone quindi agli operatori come moderna piattaforma logistico-commerciale e come centro di servizi avanzati per il settore agroalimentare, interpretando la propria missione volta a dare servizi qualificati ed a rendere il Mercato un momento significativo tra il mondo della produzione e quello del consumo.

SEMPRE PIÙ ATTENZIONE PER LA CATENA DEL FREDDO

La borsa carichi europea **Wtransnet** ha analizzato le performance del trasporto refrigerato, ambito nel quale registra un aumento delle richieste di carichi frigo verso la Penisola Iberica del 6,16% e di ben l'8,93% per l'Italia.

Per quanto riguarda la crescita del mercato refrigerato italiano, dove l'esportazione di prodotti freschi costituisce una voce importante dell'economia, rispetto al 2014 la crescita di carichi frigo in export verso l'Europa è aumentata del 6%. Anche le importazioni sono in crescita nel settore alimentare europeo: nel primo semestre del 2015 le derrate di frutta e ortaggi freschi in entrata nel sud Europa hanno raggiunto i 949 milioni di euro, con una crescita del 12,45% rispetto allo stesso periodo nel 2014.

L'interesse cresce anche sul fronte della logistica, come dimostra la recente acquisizione (ancora soggetta all'approvazione finale da parte delle autorità tedesca di regolamentazione della concorrenza) da parte di **Nagel-Group** della società **MUKTranssthermos**, specializzata nel settore dei prodotti surgelati.

Negli ultimi anni Nagel-Group ha individuato nella logistica del surgelato un'area di business strategica, nella quale ha continuamente investito in proprie infrastrutture, in Germania ed all'estero. La rete distributiva, sia per quanto riguarda i magazzini che le piattaforme di transito, è stata quindi ampliata per accogliere anche le merci congelate, portando allo sviluppo di una rete efficiente anche nel settore dei prodotti surgelati. Con l'acquisizione di **MUK-Transsthermos**, questa importante

area di business crescerà ulteriormente, come dice Tobias Nagel, socio del Nagel-Group: «Con l'acquisizione di **MUK-Transsthermos** accresciamo ulteriormente le nostre competenze nella logistica e nel supply chain management nel settore alimentare. Saremo infatti in grado di rafforzare ulteriormente la gestione sinergica di prodotti freschi e congelati, offrendo a tutti i nostri clienti una rete europea eccellente con un unico interlocutore per tutte le gamme di temperatura, dotato di mezzi, strutture e know-how per i business di qualunque dimensione».

Per aiutare Iceland a raggiungere i suoi obiettivi di crescita, fra cui l'apertura di 40 nuovi negozi anno su anno, **XPO Logistics** ha sviluppato invece una soluzione per la supply chain che combina la rete dedicata di Iceland e la capienza delle infrastrutture condivise di XPO Logistics, in grado di accogliere volumi crescenti di merci e di gestire picchi stagionali e attività promozionali. XPO Logistics gestirà i centri di distribuzione di Iceland a Warrington, Enfield, Livingston e Swindon. Le attività previste dal contratto includono servizi di magazzino che spaziano dalla ricezione dei prodotti alla distribuzione nei negozi a livello nazionale, oltre a un certo numero di operazioni di raccolta primaria dei resi. Tutti i 1.900 lavoratori dei quattro siti passeranno a XPO Logistics grazie ad un processo graduale di Transfer of Undertaking Protection of Employment (trasferimento di impresa con protezione dell'impiego).

XPO Logistics gestirà inoltre la flotta a temperatura controllata di Iceland, composta da 320 unità di trazione e 450 rimorchi, e



prevede di ottimizzare ulteriormente l'efficienza operativa di Iceland implementando una piattaforma integrata di supply chain in ingresso dedicata alle relazioni con i fornitori del retailer. A proposito di flotte a temperatura controllata, **Viasat Fleet** ha messo a punto una piattaforma telematica per la tracciabilità delle merci lungo l'intera filiera distributiva. Si tratta del sistema di localizzazione **Viasat BluTrack**, anche in versione autoalimentata e configurabile con sensori di temperatura, umidità e fotodiode per la segnalazione dell'apertura dei portelloni, concepito espressamente per il monitoraggio della merci sen-

Speciale

NUOVO OSSERVATORIO SUL TRASPORTO DEGLI ALIMENTI

Di recente, è stato costituito l'**OITA** - Osservatorio Interdisciplinare Trasporto Alimenti, un polo consultivo e propositivo che vuole approfondire le tematiche connesse all'ottimizzazione del trasporto, della distribuzione e della logistica del food&beverage, dei prodotti farmaceutici e del trasporto degli animali vivi. **L'OITA**, il cui presidente esecutivo è Clara Ricozzi, si prefigge tra gli obiettivi principali il censimento delle aziende che trasportano cibo a vario titolo e in diversi regimi di temperatura, nonché degli organi di controllo e di certificazione, la stesura di un libro bianco sul trasporto degli alimenti e l'elaborazione di linee guida per un protocollo interministeriale finalizzato a razionalizzare e ad armonizzare i controlli nella fase del trasporto dei prodotti alimentari e farmaceutici. Inoltre, **L'OITA** intende favorire anche la ricerca e la sperimentazione sulle stesse tematiche, mediante borse di studio, master e dottorandi con importanti università.



sibili e deteriorabili, indipendentemente dal mezzo di trasporto utilizzato (container, casse mobili, rimorchi, semi rimorchi, vagoni ferroviari, ecc.). Una soluzione che offre una serie di vantaggi indiscutibili a tutti gli attori della filiera, a partire dal consumatore che ha la garanzia puntuale che il prodotto presente sugli scaffali della distribuzione commerciale sia di qualità certificata nella produzione, nel trasporto e nella consegna.

Al momento dell'acquisto, leggendo con un qualsiasi smartphone l'apposita etichetta con codice QR, apposta sulla confezione, potrà visionare e scaricare dati sul prodotto acquistato e sui dati di consegna e relativo percorso effettuato. Allo stesso modo, l'autotrasportatore può, attraverso la piattaforma Viasat, ottimizzare i costi di esercizio della propria flotta, con un risparmio che può arrivare fino a 10mila euro anno a mezzo.

LOGISTICA NEL BEVERAGE: COLLABORAZIONE, TECNOLOGIA E CAPILLARITÀ DEL SERVIZIO

Beverete è la prima rete logistica integrata nazionale che, mutuando la conoscenza dei tre soci azionisti - **F.lli Di Martino, Mag.Di e Zanardo Servizi Logistici** - agisce come unico referente

logistico per le aziende del beverage, servite attraverso 3 hub e 31 transit point dislocati su tutto il territorio nazionale e che costituiscono l'ossatura principale dell'attuale rete di distribuzione. L'obiettivo è aumentare la competitività dei prodotti a loro affidati attraverso una distribuzione efficace ed efficiente (con l'utilizzo di trasporti intermodali e co-modalità) sia a livello nazionale che internazionale, utilizzando gli hub con funzione di "buffer" per ottimizzare il volume dei flussi in consegna.

La collaborazione tra le tre aziende fondatrici non si ferma alla condivisione delle piattaforme logistiche, ma arriva fino alla gestione integrata dei flussi attraverso TCI, la control tower sviluppata da **Tesisquare**, partner tecnologico di Beverete, che consente un approccio collaborativo tra fornitori e aziende clienti. L'obiettivo è quello di creare efficienza e valore, riducendo i costi e migliorando il servizio offerto al cliente finale, attraverso lo scambio e la condivisione in tempo reale di informazioni e documenti. «La parte immateriale è quella che ci porterà ad ottenere ancora più efficienza» afferma Damaso Zanardo, presidente Zanardo Servizi Logistici in occasione del meeting annuale di Beverete svoltosi ad inizio anno a Milano.

Oltre ad incentivare la collaborazione, Beverete è attenta anche all'innovazione: al consueto meeting annuale di Beverete, è stata annunciata l'intenzione di utilizzare a breve una squadra di droni per accelerare ed ottimizzare l'inventario all'interno dei magazzini, un progetto già in fase di test e che ruota attorno ad Eyesee, il drone inventory realizzato da **Hardis Group** in grado di riconoscere e controllare i dati rilevanti per l'inventario in magazzino. Così, quando su un pallet sono presenti diverse etichette (es. fornitore, vettore, magazzino...), il drone è in grado di identificare l'etichetta utile per il controllo delle scorte, grazie alla tecnologia di bordo che gestisce i formati di codice a barre di mercato.

Inoltre, EyeSee è equipaggiato con un dispositivo che gli permette di muoversi autonomamente grazie ad una cartografia del magazzino e ad un piano di volo prestabilito. Infine, è dotato di una telecamera per identificare e catturare le informazioni da trattare per ottenere l'inventario, associare l'immagine alla sua posizione nel magazzino



Food, Beverage & GDO



(posizione interna) e tradurre automaticamente la sua posizione tridimensionale in un indirizzo logistico (posizione di stoccaggio).

Sempre in ambito beverage, **STI** e il Gruppo Italiano Vini hanno recentemente siglato una partnership per lo stoccaggio e la distribuzione dei vini del Gruppo nel territorio nazionale.

La collaborazione strategica vedrà **STI** quale partner logistico del Gruppo Italiano Vini per il trasporto del vino dalle cantine di produzione verso l'hub del gruppo con sede a Pastrengo e quello di **STI** con sede a Nogarole Rocca (VR), e per la gestione dello stock e dell'allestimento di tutte le spedizioni rivolte al mercato nazionale. La struttura di **STI**, nel centro logistico di Nogarole Rocca, dispone di un magazzino pronto ad ospitare circa 7.000 posti pallet a temperatura controllata, con sistemi di radiofrequenza e accessi informatici che permetteranno di operare come se il magazzino fosse la naturale prosecuzione dell'hub di Pastrengo (VR) del Gruppo. **STI** allestirà la totalità delle spedizioni destinate al mercato nazionale rendendole disponibili per la distribuzione sia per la propria organizzazione, che per gli altri operatori logistici con i quali il Gruppo ha contratti in essere. Gruppo Italiano Vini è proprietario di 15 cantine storiche, con marchi ben noti e presenti a livello internazionale, circondate da suggestivi vigneti di proprietà



(1.363 ettari) e situate nelle zone vitivinicole più prestigiose del nostro Paese. «La prerogativa di un responsabile logistico all'interno di un'azienda di produzione dovrebbe essere quella di cercare economie di scala, collaborando e creando vere e proprie sinergie con il fornitore. **STI** è un'azienda molto aperta a collaborazioni e sinergie e grazie a questo siamo riusciti nel difficile compito di far collaborare tra loro vettori concorrenti. Riteniamo che la strada intrapresa sia quella vincente e siamo certi che il tempo ci darà ragione», dichiara Francesco Coppola, responsabile della supply chain di Gruppo Italiano Vini.

Speciale

L'AUTOMAZIONE È SERVITA

All'interno dei propri stabilimenti produttivi, è sempre più facile trovare un sistema di trasporto materiali dedicato alla movimentazione delle materie prime, dei semilavorati o dei prodotti finiti, sia tra i vari centri di lavoro delle linee che nei magazzini, che viene generalmente classificato in base a due aspetti fondamentali: l'indice di automazione e il livello di flessibilità.

Un sistema di movimentazione legato all'utilizzo della soluzione LGV Auriga di **Ocme** implica una struttura estremamente flessibile, caratterizzata dal non impiego di operatori e della possibilità di dirigere il mezzo verso ogni luogo, scegliendo il percorso migliore, a seconda delle condizioni di lavoro, concetto impensabile con i normali sistemi di trasporto rigidi a rulli od a tappeto trasportatore. Un ambiente sicuro, flessibile e senza danni alla merce trasportata è quindi il focus principale che Ocme da 15 anni a questa parte si è prefissa di garantire grazie alla tecnologia di navigazione laser affidata ai suoi veicoli Auriga. Ma non è tutto, perché l'azienda è specializzata anche in soluzioni di packaging secondario e recentemente ha provveduto ad installare l'upgrade della soluzione di packaging secondario Pacchetto presso lo stabilimento di Coca-Cola HBC Italia, parte del gruppo d'imbottigliamento Coca-Cola Hellenic Bottling Company, presente ad Oricola (AQ). Nello specifico, è stato installato il modulo Pacchetto Smart alla termofardellatrice Vega già esistente, e con quest'ultima innovazione rivoluzionaria nel packaging secondario, lo standard estetico dei fardelli è aumentato, rendendo omogeneo il risultato per tutti gli imballaggi.

Anche **Number 1 Logistics Group** continua a puntare sull'innovazione e investe in una nuova linea robotizzata antropomorfa dedicata al riconfezionamento. La soluzione è stata presentata ufficialmente a Parma nell'ambito del convegno "L'innovazione nella logistica", che ha visto anche un'affollata partecipazione da parte del pubblico. Tra i relatori della giornata, anche il professor **Alessandro Perego, presidente onorario di Number 1 Logistics Group e professore di logistica e supply chain management al Politecnico di Milano**, che ha parlato dei nuovi modelli di supply

chain emergenti, a seguito dell'aumento degli elementi di incertezza a monte (fornitori) e a valle (domanda), e della capacità di risposta a ciascuno di essi. Di conseguenza anche il grocery, che è passato da un contesto stabile a uno di maggior incertezza, deve provare a "tenere il piede in due scarpe", introducendo elementi di gestione dell'incertezza insieme alla tradizionale metodologia che consentiva la miglior garanzia di efficacia e stabilità dei risultati. Da questo approccio nascono i vari progetti di innovazione di **Number 1**, l'ultimo dei quali è appunto l'introduzione della soluzione All-In Repacking, che consente di progettare e realizzare il packaging completo da inviare ai negozi, in modo totalmente integrato con le fasi logistiche e produttive precedenti. Da notare che in questo caso, una soluzione di automazione è stata introdotta per meglio gestire l'aumento della volatilità e dell'incertezza della domanda, quindi è la risposta giusta per introdurre maggior flessibilità nei processi. Un punto chiave che sicuramente deve far riflettere.

I dettagli della soluzione di riconfezionamento robotizzata sono stati presentati infine da **Arturo Baroncelli, Business Development Manager di Comau Robotics**, l'azienda fornitrice che ha collaborato con **Siscodata** per l'installazione e integrazione della linea, insieme ad **Anna Zoni, di Number 1**, l'ingegnere di processo che ha curato tutta la progettazione e l'installazione della linea.

Da un punto di vista concreto il nuovo impianto è composto da un sistema per formatura automatico box pallet/vassoi e un impianto per riempimento dei box pallet/vassoi per la GDO. Scendendo nei dettagli è possibile suddividere le varie attività svolte dall'impianto in tre macroaree: un'area di formazione espositore box pallet e area di formazione espositore vassoio/display, un'isola di pick & place - riempimento e un'area di impilamento (le ultime due funzioni sono state integrate in un'unica area).

In conclusione, a fronte di uno scenario italiano che presenta una situazione non certo esaltante per quanto riguarda l'innovazione, dato che la quinta indagine sui macchinari dell'industria italiana effettuata da UCIMU fotografa una realtà industriale fatta di macchinari obsoleti (il 27% delle macchine industriali in Italia ha più di 20 anni, e soltanto il 13% dei macchinari ha meno di 5 anni), **Number 1** inverte la tendenza e fa dell'innovazione il suo punto di forza. «L'innovazione fa parte del nostro DNA» sottolinea **Gianpaolo Calanchi, amministratore delegato Number 1 Logistics Group**, «non è un caso se i punti distintivi di **Number 1** sono da sempre innovazione tecnologica, di canale e di prodotto. Negli ultimi anni il trend dei volumi di co-packing realizzati a **Number 1** per le sue committenti è in continua crescita e proprio per questo abbiamo deciso di automatizzare il processo di riconfezionamento display. In questo modo contiamo di aumentare la produttività e la qualità degli espositori, oltre ad aumentare le opportunità commerciali grazie ad un vantaggio competitivo».



SOLUZIONE ALL-IN REPACKING ADOTTATA DA NUMBER 1.