

Una distribuzione ad elevate prestazioni

L'obbligo di tracciabilità lungo la supply chain ha contribuito in modo sostanziale a determinare l'attuale assetto logistico di un gran numero di aziende produttrici e fornitrici di servizi di distribuzione. In particolare, gli operatori logistici specializzati nel Food&Beverage, che sempre più spesso oggi operano in outsourcing per conto dell'industria, sono, insieme ai retailer, la "punta dell'iceberg" della rintracciabilità. Ecco come uno degli outsourcer logistici del Gruppo Campari, colosso del beverage che notoriamente ha fatto della propria gestione logistica un modello di efficienza ed efficacia, è riuscito a sua volta a raggiungere performance elevatissime. Anche grazie al contributo tecnologico di uno dei principali attori a livello mondiale nel campo dell'identificazione automatica.

Di Giovanna Canzi

Presente in 190 paesi con oltre 1.500 addetti e un fatturato netto consolidato di 809,9 milioni di euro nel 2005 (+7,8% sul 2004), il Gruppo Campari, fondato dalla famiglia Campari nel 1860, è uno dei protagonisti nel settore del beverage su scala mondiale e le azioni della capogruppo Davide Campari-Milano S.p.A. sono quotate al Mercato Telematico di Borsa Italiana. Leader nei mercati italiano e brasiliano e in posizione di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera, il Gruppo possiede otto stabilimenti, cinque in Italia, due in Brasile e uno in Francia, oltre a vigneti in Ita-



lia, Francia e Cina e a una distilleria in Scozia.

Il portafoglio prodotti è, quindi, estremamente ricco, articolato su tre segmenti: Spirit, Wine e Soft Drink. Nel segmento Spirit, che rappresenta il 68,1% del fatturato totale, spiccano marchi di grande notorietà internazionale come Campari, SKYY Vodka e Cynar e marchi leader in mercati locali tra cui Aperol, Campari Soda, Glen Grant, Ouzo 12 e Zedda Piras e i brasiliani Dreher, Old Eight e Drury's. Nel segmento Wine, pari al 15,5% del fatturato del Gruppo, si distinguono, oltre a Cinzano, noto a livello internazionale, Liebfraumilch, Mondoro, Riccadonna, Sella & Mosca e Teruzzi & Puthod. Infine, nel segmento Soft Drink, che va a comporre il 15,4% del giro d'affari del Gruppo, realizzato quasi interamente sul mercato domestico, campeggiano *Crodino* e *Lemon-soda*, con le relative estensioni di gamma.

La posizione e la credibilità di Campari fanno sì che altri primari operatori del settore affidino al Gruppo licenze di produzione e distribuzione di marchi di grande rilievo come *Fernet Branca*, *Grand Marnier*, *Jack Daniel's*, *Jägermei-*

ster, *Vodka Gorbastchow* e *Woodford Reserve*, solo per citarne alcuni.

La strategia distributiva

Con un così ricco portafoglio prodotti il Gruppo Campari dedica al processo distributivo la massima attenzione. In Italia sono quasi 3 milioni i quintali di prodotti distribuiti sul territorio ogni anno, equivalenti a un movimentato giornaliero di quasi 100 automezzi a carico completo, ripartiti in quote equivalenti sul canale moderno (GDO) e su quello tradizionale (ingrosso e cash and carry). Su alcune aree la distribuzione si porta, però, in diretta anche sui locali di tendenza e le discoteche, così come per la divisione Wine (*Sella & Mosca*) la distribuzione è capillare su tutti i punti del canale ristorazione. Nel network si inserisce anche la distribuzione delle acque minerali (*Lisiel*), che partono direttamente dalla fonte di Crodo.

La strategia distributiva è, dunque, fondamentale per garantire il presidio costante ed efficiente dei punti vendita e dei luoghi di consumo e il Gruppo oggi in Italia ha optato per la strategia dell'outsourcing. "La scelta di adottare un

network distributivo in outsourcing", sottolinea **Donatella Rampinelli, Customer Management Director di Campari**, "è improntata su logiche di efficienza ed efficacia, con una scelta mirata degli operatori, identificati per massa critica nel canale di distribuzione. Fino al 1991, il network distributivo era rigido, capillare (raggio d'azione 80-100 Km) e mono-prodotto, specializzato nella distribuzione al dettaglio; utilizzava autisti e mezzi di proprietà e generava costi molto alti. A partire dal 1995, invece, siamo passati dalla vendita al dettaglio a quella all'ingrosso. Inizialmente abbiamo mantenuto quattro centri di distribuzione diretti e diciotto affidati a terzi, una soluzione tagliata per ogni flusso specifico di prodotto/canale, massimizzando l'effetto su stoccaggi e trazione di tutta la massa critica del Gruppo. Oggi, invece, il network distributivo di Campari Italia è strutturato con una rete di Ce.Di., con consegne dirette dalle unità produttive a grossisti, Grande Distribuzione e Distribuzione Organizzata, ristorazione, enoteche/wine bar, a seconda del prodotto".

Ma vediamo nel dettaglio come si compone il network per segmento di attività.

Il Network distributivo della Divisione Acque Minerali



Il Network distributivo vini Sella&Mosca Commerciale Srl



Il network distributivo del Gruppo Campari è differenziato per segmento di attività. Il flusso logistico sfrutta sia consegne che partono in diretta dai plant sia consegne che escono dai Ce.Di. periferici. Tre milioni di quintali di prodotti sono distribuiti in Italia ogni anno da partner logistici in outsourcing.

- Nel caso di Spirits e Soft Drinks i Ce.Di. sono complessivamente sei e gestiscono complessivamente 2,7 milioni di quintali di prodotti, con una media di 50.000 consegne (dati 2006) verso grossisti, GD e DO. ND-Logistics e Consorzio O.T.F. distribuiscono nel Centro-Nord Italia, in Toscana opera Dhl-Exel, lungo la dorsale tirrenica è attivo Fiege Borruso e lungo quella Adriatica Logistica 3000, che gestisce l'unità produttiva di Sulmona; infine, in Sicilia opera Special Sped.

• Nel caso della divisione Acque Minerali le consegne 2006 verso GD-DO sono state circa 3.000, pari a 500.000 quintali di prodotto. Autotrasporti Riboni gestisce le consegne dalle unità produttive di Crodo alle regioni del Centro-Nord, mentre nel Centro-Sud le consegne sono abbinate a prodotti Campari provenienti dal sito produttivo di Sulmona.

• La distribuzione dei vini, la cui unità produttiva è la Tenuta Sella & Mosca di Alghero, avviene infine tramite il Consorzio O.T.F. per il Centro-Nord e tramite Fiege Borruso per il Centro-Sud. I volumi gestiti complessivamente sono elevati, 180.000 quintali nel 2006 pari a 24.000 consegne.

I fornitori di servizi logistici attualmente utilizzati sono, quindi, circa una decina. "Sintetizzando", continua Donatella Rampinelli, "il flusso logistico utilizzato sfrutta sia consegne

Il Network distributivo della Divisione Spirits-Soft Drinks



che partono in diretta dai siti produttivi (tra i più significativi per volumi prodotti Novi, Crodo, Sulmona, Canale ed Alghero), sia consegne che escono dai sei Ce.Di. periferici, dove lo stock viene alimentato secondo logiche di just in time. Tra le nostre priorità vi è il monitoraggio continuo dell'offerta di trasporto, per ottenere un buon livello di servizio e una riduzione dei costi, attraverso sinergie con operatori logistici specializzati in determinate aree geografiche o nei canali in cui il Gruppo opera. Inoltre, continueremo a ricercare sinergie con produttori di merceologie simili sui medesimi canali. Ne è un esempio la condivisione con Heineken della Piattaforma Nord Italia, che conduce a evidenti possibilità

di ottimizzazione di costi e servizi forniti".

Focus sulla distribuzione di Spirits e Soft Drinks in Centro Italia

A provvedere alla distribuzione dei numerosi prodotti Campari appartenenti a questo segmento nel Centro Italia è Logistica 3000, fornitore "ad altissima prestazione di servizio per l'azienda", come lo ha definito Donatella Rampinelli. L'azienda è nata negli anni '30 come concessionaria e produttrice di bibite e negli anni '90 si è poi trasformata, grazie a Giorgio Roncarolo, in piattaforma logistica operante nel settore beverage. Il Ce.Di di Colonnella di Tera-

mo gestisce mensilmente - in entrata e in uscita - 9.000 pallet di prodotti, articolati in 200 referenze che comprendono svariati tipi di formato, in packaging in vetro, PET e alluminio, in multipack realizzati in film termoretraibile, scatole di cartone o cassette di plastica. In questa prospettiva, dunque, Logistica 3000 ha scelto di effettuare ragguardevoli investimenti per migliorare la propria performance logistica e di conseguenza il livello di servizio nei confronti di Campari, aumentando l'efficienza in ogni fase di gestione del magazzino, dal ricevimento e identificazione merci fino all'attività di pre-fatturazione. Anche un piccolo miglioramento delle proprie prestazioni costituisce, infatti, un plus di non poco conto per l'azienda e per il proprio cliente. Logistica 3000 ha



dossier • LOGISTICA INDUSTRIALE - FILIERA BEVERAGE

Il portafoglio marchi 2006

Alcuni marchi di proprietà...



...e su licenza



così scelto come partner tecnologico un'azienda tutta italiana ma di grosso calibro. Si tratta di Datalogic, che dal suo quartiere generale di Lippo di Calderara di Reno (Bologna) è il maggior produttore europeo di lettori di codice a barre a tecnologia laser e CCD, mobile computer per la raccolta dati radio e batch, dispositivi manuali e scanner fissi, in grado di rispondere alle diverse esigenze applicative nell'ambito dell'industria manifatturiera, dei trasporti e logistica e della Grande Distribuzione. L'azienda, con i suoi 205 milioni di euro di fatturato nel 2005, è preceduta, a livello mondiale, solo da Symbol e Intermec nel settore dell'identificazione automatica e opera appoggiandosi a business partner come la Itworks di Ancona, che ha sviluppato la soluzione software di rintracciabilità implementata presso Logistica 3000. Ma ve-

diamo come si è giunti a questo accordo di fornitura, a quali esigenze Logistica 3000 voleva rispondere e come è stato possibile ottenere un risultato soddisfacente.

"Dietro le quinte"

Spinta dall'obiettivo di partecipare alla "rivoluzione logistica" in atto in tutto il mondo e di rispondere alla necessità urgente di produttori e distributori di cogliere le immense possibilità offerte da una domanda di beni e servizi ormai su scala mondiale, Logistica 3000 ha sentito la necessità di migliorare ulteriormente la propria organizzazione ed efficienza.

L'azienda - con centro distributivo principale a Colonnella di Teramo di 4.000 mq (di cui 3.000, per circa 3.000 posti pallet, adibiti alla gestione dei prodotti Campari) e un transit point presso Bari - offre un servizio integrato di Ce.Di e trasporti, sviluppato con consegne in tempo reale da 12 a 36 ore, con ricevimento degli ordini via modem e via Internet, garantendo velocità e sicurezza nelle fasi di ricevimento ordini, picking e distribuzione. Tra i suoi principali clienti spiccano, oltre al Gruppo Campari, Pepsico Beverages International, Birra Forst e Acqua Gaudianello.

Per migliorare l'organizzazione logistica dei suoi clienti, soprattutto in termini di rintracciabilità, Logistica 3000 si è rivolta a Itworks, che ha proposto l'adozione dei terminali Datalogic Jet™.



"Questa scelta", ci ha spiegato **Marina Roncarolo, figlia del fondatore di Logistica 3000 e socia dell'azienda**, "è stata dettata soprattutto da un criterio di praticità e affidabilità e ha portato a una riduzione dei tempi di lavoro, ottimizzazione dei costi e diminuzione dell'incidenza degli errori in ricevimento e in consegna. Il PDA si è mostrato subito uno strumento di facile impiego, grazie alla maneggevolezza della tastiera, alla grandezza del video e alla sua resistenza, e si è dimostrato ideale per gestire al meglio la rintracciabilità del prodotto. Il suo impiego ha sicuramente velocizzato le procedure di lavoro e ha ridotto drasticamente l'incidenza dell'errore umano".

Ermanno Lucci, Marketing Manager Italia di Datalogic, spiega così i motivi che hanno portato Logistica 3000 alla scelta del nuovo partner in questo settore tecnologico: "In primo luogo i nostri PDA professionali, associati al software realizzato dal Business Partner Itworks, con la soluzione di tracciabilità su base TraceIt si integrano perfettamente con il sistema SAP R/3 di Campari, cosa che permette un'integrazione diretta e continua fra Logistica 3000 e il proprio cliente. In particolare, il prodotto scelto, *Datalogic Jet™*, che proprio ora compie due anni, è estremamente compatto, non necessita di alcun sistema di antenne e presenta un hardware e un software sempre aggiornati. Oltre a ciò, vi è poi una ragione più... campanilistica: siamo un'azienda italiana, assicura-

mo un livello di supporto e di servizio e tempi di intervento, davvero ottimi". Nell'applicazione presso il Ce.Di Campari gestito da Logistica 3000, *Datalogic Jet™* si dimostra, dunque, uno strumento robusto e versatile, in ogni singola fase della gestione del magazzino, dall'inventario al prelievo, dalla ricezione alla spedizione. Vediamo come.



PDA all'opera

Al momento dell'arrivo della merce dai diversi stabilimenti Campari, i pallet sono sottoposti a un primo controllo, in cui il PDA verifica la corrispondenza tra i quantitativi di prodotti previsti in entrata e quelli realmente approdati alle baie di arrivo del Ce.Di. A spiegarci in modo preciso il processo è **Mario Orsini, responsabile Sviluppo Software di Itworks**. "All'entrata merci gli operatori di magazzino possono eseguire un controllo di conformità delle quantità rispetto agli ordini ef-





fettuati e, grazie ai PDA collegati in rete tramite un'infrastruttura in radiofrequenza, lanciano la stampa delle etichette dei colli, provvedendo al carico di magazzino. I dati di anagrafica – materiali e fornitori – vengono importati tramite TraceIT da SAP R/3, evitando ridondanza del dato”. Velocità e accuratezza nelle operazioni di allestimento delle consegne sono obiettivi raggiunti dalla soluzione Datalogic/ Itworks.

Per la preparazione dei pallet in uscita, il PDA visualizza le liste di prelievo generate dal sistema SAP di Campari, grazie al software TraceIT, che esegue un import dei dati a intervalli pianificati.



Per gestire al meglio la tracciabilità delle spedizioni, Logistica 3000 ha chiesto a Itworks l'inserimento di un bar-code sulla lista di picking, per effettuare un controllo finale sulla picking list.

Lo sviluppo del PDA Datalogic, come quello in uso presso Logistica 3000, è giunto ormai a un grado di avanzamento particolarmente elevato. A parte le doti intrinseche di maneggevolezza, leggerezza e semplicità di utilizzo, è disponibile anche nella versione RFID e con lettore imager - ossia con fotocamera, che decodifica codici mono e bidimensionali - ed è già predisposto (voice-ready) per i sistemi di riconoscimento vocale, che consentono l'utilizzo di sistemi voce per operazioni come il picking.

“L'applicazione di mobile computer è sempre più richiesta”, sottolinea ancora Ermanno Lucci di Datalogic, “soprattutto dalle aziende farmaceutiche, oltre che dalla Grande Distribuzione, e permette, in questo come in altri casi, una connessione ottimale al sistema informatico”. Da qui, come accade in questo caso applicativo, la pos-



sibilità di dare risposte precise e puntuali sulla composizione dei pallet, in termini di numero di lotto dei colli contenuti, di disporre sempre di dati aggiornati, di controllare, ricevere e dare informazioni, facendo sì che Campari stessa possa fornire ai suoi clienti notizie sulla merce in arrivo o in spedizione in qualsiasi momento della giornata. In sostanza, al prodotto viene attribuita una sorta di carta di identità e non è più perso di vista. Questa applicazione riduce i tempi e i costi ed evita errori dovuti all'inserimento manuale dei dati. Informazioni rapide e informatizzate, quindi, scambiate in tempo quasi reale tra Logistica 3000 e il Gruppo italiano del beverage, che, in un mercato che non perdona alcun errore, può quindi mantenere elevati gli standard qualitativi di servizio nei confronti della sua diversificata clientela.

Presso il Ce.Di. di Teramo gestito da Logistica 3000, partner del Gruppo Campari per la distribuzione dei prodotti del segmento Spirits & Soft Drinks lungo la Dorsale Adriatica, la proprietà ha voluto migliorare ulteriormente organizzazione e livello di servizio investendo nelle tecnologie per l'identificazione automatica Datalogic implementate da Itworks.

Logistica 3000 - Colonnella di Teramo

I partner

Scaffalature: Mecalux
Muletti e transpallet: Toyota
Sistema di identificazione automatica: Datalogic
Sistema di rintracciabilità: Itworks



EsseSei
packaging srl

...è un'azienda che opera da 15 anni nel settore della logistica. Una équipe di giovani dinamici e motivati, al servizio delle industrie per offrire una serie di importanti innovazioni. Stiamo cambiando il tradizionale modo di intendere l'imballaggio, la movimentazione ed il magazzino.



AUTOMAZIONE FINE LINEA

- Automazione reparto spedizioni.
 - Nastratrici.
 - Reggiatrici.
- Sistemi di marcatura, etichettatura.
 - Pesatura automatica in linea.
 - Impianti automatici di movimentazione/fasciatura.
 - Accumulo pallet con navette.
- Revisione e ricondizionamento macchine usate
 - Assistenza tecnica



EsseSei
packaging srl

06156 PERUGIA - Via A. Manna, 47
Zona industriale S. Andrea delle Fratte
Tel. 075/527.1768/9 (2 linee r.a.)
Fax 075/527.1774
http://www.essesei.it
e-mail: esseseipackaging@hotmail.com
21100 VARESE - Via Cimabue, 62
Tel. 0332/227197
Fax 0332/211591
e-mail: faonda@yahoo.it