

Un marchio da prima classe

Fra i principali brand nel settore dei beni di lusso, Alviero Martini 1A Classe è a pieno titolo un rappresentante della moda Italian Style all'estero con un portfolio prodotti estremamente ampio che comprende: abbigliamento donna e uomo, pelletteria e calzature, orologi, penne e accessori, abbigliamento e calzature bambino, cravatte e foulards, beach wear e intimo, teleria casa, profumi e pochetteria per articoli di profumeria. Tutte le linee di pelletteria e di calzature sono sotto il diretto controllo produttivo e distributivo della società Alviero Martini Spa, fondata nel 1989 e acquisita nel 2003 da Final Spa, manovra che dà il via, sotto la guida di Luisa Angelini, Presidente e Amministratore Delegato, ad un piano di crescita basata su un progetto di sviluppo in Italia e all'estero.

Una partnership di lunga data

Dal novembre 2008 Alviero Martini ha affidato la gestione logistica dei propri prodotti (ad eccezione di accessori e profumi, gestiti in licenza) a DHL Supply Chain Italy. Il progetto ha preso il via con l'allestimento di un magazzino dedicato prima presso il polo logistico di Pieve Emanuele, in provincia di Milano, e poi, per seguire le esigenze di crescita del cliente, nell'impianto di Casaleto Lodigiano, dove ad Alviero Martini è riservato uno spazio di 6.000 mq, 2.000 dei quali dedicati al ricovero e alla lavorazione delle materie prime e i restanti, organizzati su due livelli, destinati allo stoccaggio e alla movimentazione dei prodotti finiti, un totale di circa 25.000 SKU fra accessori, capi stesi e capi appesi. Da Casaleto Lodigiano partono i rifornimenti verso tutti i punti vendita Alviero Martini in Italia e all'estero. L'attività è cresciuta nel tempo e si è arricchita a inizio anno con l'implementazione della tecnologia Voice per la gestione delle operazioni, con performance migliori in termini di velocità di allestimento ordini e di accuratezza.

Garantire performance elevate insieme al massimo livello della flessibilità operativa in un contesto caratterizzato da un alto tasso di variabilità. Missione impossibile? Non con il software giusto

Espansione in Italia e all'estero

A Milano si trova il quartier generale della società mentre la rete distributiva è composta da due flagship store a Milano e Roma, da una serie di punti vendita monomarca a Roma Eur, Catania, Palermo, Cuneo e Porto Cervo, e da una rete qualificata di punti vendita multimarca lungo tutta la penisola. All'estero il brand è distribuito in Europa, Middle East e Far East attraverso boutique monomarca e rivenditori specializzati.

La frase

“Non sempre una buona logistica è in grado di far aumentare le vendite del cliente ma di sicuro una cattiva logistica può vanificare molti sforzi”

Massimo Degiorgi, Consumer Fashion & Retail Business Development Director di DHL Supply Chain Italy



Un operatore globale

DHL Supply Chain, parte del colosso Deutsche Post DHL attivo nei comparti Mail, Express, Global Forwarding / Freight e Supply Chain, nasce nel 2005 dalla fusione di DHL Solution ed Exel ed è la società del gruppo specializzata nella gestione dei servizi di logistica integrata. Attiva a livello globale l'azienda è presente in più di 60 Paesi, impiegando circa 125.000 dipendenti operativi in oltre 2.500 impianti per un totale di 23 milioni di mq. di spazio logistico gestito. Sul mercato italiano l'azienda ha chiuso il 2012 con una crescita di fatturato del +7%, arrivando a quota 284 milioni di euro rispetto ai 266 milioni segnati nel 2011. Merito, come ha sottolineato l'amministratore delegato Eddy De Vita, di una strategia di crescita basata sulla messa a punto di servizi a valore aggiunto pensati per i diversi settori di riferimento, ossia Life Sciences & Healthcare, Consumer, Fashion & Retail, Technology, Industrial & Automotive.



LOGISTICA ■ Alice Borsani

SO FASHION

Aumento della produttività degli operatori grazie all'effetto dell'implementazione di MagWare Voice Ring

20%

Un software, due interfacce

Tutte le operazioni di magazzino, dalla ricezione alla stampa delle bolle di spedizione, sono gestite dal software applicativo MagWare Fashion fornito dalla savonese Restore e pensato per soddisfare le esigenze di operatori logistici e di aziende di produzione, commercializzazione e distribuzione che operano nel settore dell'abbigliamento. "Una delle caratteristiche principali di questo progetto riguarda l'integrazione molto spinta fra il sistema di magazzino e il gestionale del cliente Alviero Martini" ci ha spiegato il responsabile commerciale della società Carlo Torrese. Un'integrazione di "culture" differenti che si è concretizzata nella creazione di due interfacce, lato produzione e lato commerciale / forza vendite, per rispondere alle diverse esigenze di gestione delle materie prime e dei prodotti finiti secondo logiche e linguaggi peculiari."

Fil rouge di tutto il progetto: la garanzia della massima flessibilità operativa che consente al sistema di gestire flussi accessori quali, per esempio, il prelievo a vista (ordini a tempo zero) e la gestione dei lotti di pelle secondo i bagni di produzione (l'operatore di magazzino rileva i lotti della merce in ingresso, li trasferisce in produzione ad Alviero Martini che potrà quindi richiedere l'esecuzione di tagli su lotti specifici). Magware è inoltre in grado di gestire merce con tag Rfid ai fini del controllo qualità.

Una passione per il fashion

"Il nostro obiettivo è di porci come operatori di riferimento per il comparto fashion" dichiara Massimo Degiorgi, Consumer, Fashion & Retail Business Development Director di DHL Supply Chain Italy, che oltre a quella con



Alviero Martini vanta partnership con top player del settore quali Diesel, Armani e Dolce & Gabbana. "Il settore fashion presenta criticità a livello operativo che dipendono soprattutto dall'alto tasso di variabilità dei volumi e delle modalità specifiche di gestione richieste dei prodotti; una situazione ulteriormente complicata dalla attuale crisi e da una sempre più spinta parcellizzazione del mercato. In questo contesto DHL Supply Chain punta ad offrire valore aggiunto ingegnerizzando soluzioni in grado di soddisfare una serie di soft factor decisivi per i clienti, quali riservatezza, controllo e preservazione della qualità degli articoli trattati, precisione nella gestione degli inventari ma soprattutto estrema flessibilità operativa. In questo senso siamo orientati a portare innovazione ed efficienza nei processi attraverso investimenti, soprattutto sotto il profilo informatico, che, garantendoci il migliore trade-off, ci consentano di definire un prodotto verticale e dedicato ma nel contempo standardizzabile e replicabile."

Logistica sulle montagne russe

Come è tipico del comparto fashion i flussi dei prodotti Alviero Martini sono caratterizzati da una forte stagionalità legata al lancio, accanto alle referenze continuative, delle macro collezioni primavera / estate - con ricezione dei colli da dicembre a gennaio e uscita in febbraio - e autunno / inverno - con ricezione a partire da luglio e invio a settembre. Presso il magazzino di Casaleto Lodigiano vengono gestiti in contemporanea i flussi di materie prime con i relativi picchi



in concomitanza dell'avvio della produzione in ottobre e novembre (per la collezione estiva) e maggio e giugno (per quella invernale), seguiti da due lanci al mese negli altri periodi dell'anno. Oltre che con la variabilità fisiologica legata alla stagionalità del business di riferimento, l'operatività logistica deve fare i conti con la gestione di cambiamenti sostanziali, anche ad ogni nuova collezione, che sono conseguenza di scelte di marketing dei singoli brand (per esempio nuove formule di packaging o di stoccaggio dei prodotti, da capi stesi a capi appesi, ecc.) o a strategie di riposizionamento del marchio che possono influire sensibilmente sulle quantità di volumi trattati. "Per questo motivo" sottolinea Roberto Gregori, Direttore Operativo Warehousing Fashion & Retail DHL Supply Chain, "abbiamo deciso di limitare gli investimenti in automazione che renderebbero troppo rigide le potenzialità operative della piattaforma, puntando invece sull'informatizzazione che consentono la massima flessibilità."

Dalla carta al Voice Ring

Per migliorare le performance operative in termini di velocità di allestimento ordini e di accuratezza, da dicembre 2010 DHL Supply Chain ha avviato un progetto di implementazione tecnologica sfociato nell'adozione di MagWare Voice Ring, un sistema che coniuga la tecnologia Voice all'utilizzo di un ring scanner per la spunta del barcode.



Gli operatori, guidati via RF dal sistema, ricevono le informazioni tramite Voice e confermano le operazioni di prelievo con il ring scanner bluetooth: l'obiettivo è quello di raggiungere il massimo grado di accuratezza in un contesto abitato da locazioni ad alta densità, spesso multi SKU.

Un servizio a valore aggiunto

Il team DHL Supply Chain lavora sulla base di un forecasting mensile fornito da Alviero Martini e su aggiornamenti settimanali di performance sui volumi in ingresso e in uscita. Il lead time dalla ricezione dell'ordine è AxC ma in caso di richieste urgenti l'evasione è immediata. Gli operatori attivi a magazzino (un totale di 15 risorse) lavorano in modalità pick to pack: ogni referenza prelevata è posizionata nella scatola di spedizione che, una volta riempita viene inviata nelle linee di imballo via rulliera automatizzata. In magazzino sono svolte anche le attività a valore aggiunto: controllo qualità su merce in uscita e su merce in entrata non ancora presa in carico a magazzino (7 postazioni per prodotti finiti e 5 per materie prime), etichettature per punti vendita, doppio controllo, tagli di materie prime.



Da sinistra, Vincenzo Romano, Roberto Gregori e Cristina Identici di DHL Supply Chain, con Carlo Torrese di Restore

LE TAPPE DEL PROGETTO

- Dicembre 2011** adozione ring bluetooth per aumentare la produttività in fase di prelievo
- Ottobre 2012** accodamento automatico con l'invio via RF delle informazioni di prelievo su terminale
- Gennaio 2013** implementazione tecnologia Voice

Il signore degli anelli

MagWare Voicering integra sistema vocale e sistema indossabile per svolgere tutte le principali attività di magazzino: prelievi, ricevimenti stocaggi, imballaggi, spedizioni e inventari. Il dialogo fra sistemi e operatore avviene tramite il motore vocale Itworks vo-CE, che non richiede alcun training iniziale. La lettura dei barcode avviene invece attraverso il lettore ad anello Honeywell 8650: uno strumento compatto e leggero con testa di lettura indossata sul dito e modulo Bluetooth a bracciale, studiato per non intralciare il movimento degli operatori. Completa il sistema il terminale radio, collocato in una custodia indossata a cintura e non normalmente non utilizzato ma disponibile per operazioni eccezionali o per un utilizzo in maniera tradizionale.



Lo specialista del fashion: MagWare in pillole

- Può essere usato per qualsiasi linea di prodotto, dall'alta moda al pronto, con capi appesi e stesi
- È in grado di configurare le diverse strategie di gestione di merce e flussi, da box tecnico a box cliente anche in configurazioni miste
- Consente di automatizzare il controllo della merce in entrata con la spunta capo per capo tramite barcode e le operazioni di controllo qualità
- Gestisce la movimentazione di capi stesi e accessori sia a capo singolo sia a scatole o a pallet
- È interfacciabile ad un eventuale sistema di movimentazione automatica dei capi appesi
- Tiene traccia del contenuto dei carrelli e dei colli e preparati in modalità tradizionale (prelievo e successivo imballaggio) o pick to pack, generando packing list o distinte collo complete e dettagliate
- Consente la stampa, anche in formato elettronico dei documenti di trasporto per il cliente finale
- Si integra con il sistema gestionale del mandatario del magazzino
- Opera in tempo reale guidando gli operatori di magazzino via RF
- Grazie ad un'architettura flessibile e scalabile, può essere impiegato per la gestione di magazzini di qualsiasi dimensione

I VANTAGGI DEL SISTEMA

- Flessibilità nella gestione degli operatori
- Possibilità di gestire tutte le attività di magazzino
- Abbattimento delle percentuali di errore
- Aumento della produttività