

Visibilità in tempo reale delle aziende sulle attività della supply chain: qual è la situazione nel Sud Europa?

I risultati del sondaggio condotto da Generix Group

La globalizzazione degli scambi commerciali, l'emergere delle nuove tecnologie e l'avvento dell'e-commerce hanno portato a un mutamento radicale delle attività della supply chain, la cui crescente complessità impone un controllo totale su tutti gli anelli della catena di approvvigionamento.

Per raccogliere questa nuova importante sfida, le aziende devono poter contare sulla visibilità in tempo reale sulle attività della supply chain estesa, fattore indispensabile che consentirà una migliore collaborazione tra i diversi stakeholder ed una maggiore agilità. L'obiettivo principale resta il rispetto delle promesse fatte al cliente finale, che è sempre più esigente negli acquisti rispetto sia ai costi ed alla qualità dei prodotti, sia alla sostenibilità ed efficienza della supply chain.

Generix Group, software vendor specializzato in soluzioni SaaS collaborative per l'ecosistema della supply chain e del commercio, ha condotto un sondaggio che ha visto coinvolte 292 aziende con sede in Italia, Francia, Spagna e Portogallo, teso ad individuare il grado di visibilità in tempo reale che le aziende del Sud Europa hanno sulle attività delle loro supply chain, le diverse specificità regionali e le pratiche messe in atto per l'integrazione di strategie multicanale sempre più complete.

Qualche risultato chiave dal sondaggio

La **Spagna** è il paese in cui le **informazioni sugli stock** sono più **affidabili**.

L'**Italia** è il paese in cui **lo scambio elettronico di dati (EDI)** è più **sviluppato con i clienti finali: 54%**.

Il **31% delle aziende francesi** stima che la visibilità in tempo reale deve permettere di **tenere fede alla promessa** fatta al cliente, e il **50%** che una delle sfide strategiche della visibilità è la **riduzione dei costi** di spedizione e di consegna.

Il **64% delle aziende B2C** in **Portogallo** non offre **servizi di tracking** contestualmente alla consegna e per i resi degli ordini.

Le sfide della visibilità in tempo reale

In Italia (45%), in Spagna (36%) e in Portogallo (28%), la visibilità in tempo reale deve innanzitutto soddisfare le necessità del cliente finale con l'obiettivo di fidelizzarlo al massimo. La diffusione di Amazon, leader mondiale nell'e-commerce, ha favorito la tracciabilità degli ordini e degli stock e ha quindi influenzato il comportamento dei consumatori, i quali chiedono ormai sempre maggiore trasparenza nelle transazioni. Per rispondere a questa sfida, le aziende spagnole hanno in modo particolare implementato soluzioni di tracking che avvisano i consumatori in tempo reale. In Italia, i clienti finali desiderano una totale trasparenza e un'anticipazione dei loro bisogni, cosa che aumenta la complessità delle reti logistiche. **Solo in seconda battuta le aziende del Sud Europa ritengono che la visibilità costituisca un'opportunità per offrire servizi aggiuntivi** (tracking, modifica dell'indirizzo di consegna, reso).

Al contrario, **per le aziende francesi (31%) la sfida principale legata alla soddisfazione del cliente è mantenere impeccabile la qualità del servizio, resa possibile attraverso un perfetto controllo della supply chain.** A questo scopo le aziende mettono a disposizione dei loro clienti delle app su smartphone che integrano una soluzione di geolocalizzazione che li informa in tempo reale riguardo allo stato di trattamento dell'ordine.

Per tutti i paesi coinvolti nello studio, **la misura della performance globale della supply chain rimane una sfida di primaria importanza.** All'interno della catena logistica, **il magazzino e il trasporto sono i due anelli della rete considerati dalle aziende come massimamente strategici** in quanto consentono di realizzare notevoli economie di scala sui processi che hanno un impatto diretto sulla catena globale. **I flussi con i fornitori sono percepiti come secondari,** nonostante l'importanza che essi esercitano sulla performance.

In Spagna, l'incremento delle vendite online ha aumentato il numero di ordini monoprodotto, favorendo l'esigenza di visibilità sulle attività con l'obiettivo di migliorarne il processo. Di contro, in Portogallo sono ancora molte le attività della supply chain che vengono gestite manualmente. In Francia, la tracciabilità impone alle aziende la capacità di mettere insieme, ripulire e analizzare una grande mole di dati. **Oltre alla soddisfazione del cliente e a un controllo della supply chain end-to-end, la terza sfida strategica della visibilità per le aziende è la riduzione dei costi di spedizione e di consegna (48% in Italia, 50% in Francia, 38% in Spagna e 35% in Portogallo).**

L'affidabilità degli stock

Nell'epoca dell'omnicanale, la nozione di localizzazione delle scorte si è enormemente evoluta con l'obiettivo di offrire ai consumatori delle soluzioni per la messa a disposizione dei prodotti, quali le consegne *Click & Collect* in negozio. I risultati dello studio evidenziano, tuttavia, **che c'è ancora molta strada da fare per ottenere una visione a 360° delle scorte e migliorare l'affidabilità delle informazioni.**

In Francia, il 59% delle aziende dichiara di beneficiare di una migliore visibilità delle scorte disponibili in magazzino – il 18% di esse ritiene che la loro visibilità sia addirittura eccellente – rispetto alle scorte ubicate negli stabilimenti di produzione e nei punti vendita. Questo divario è dovuto principalmente al fatto che, da sempre, la funzione precipua del magazzino è stata quella di stoccare e gestire le merci in ingresso e in uscita. Per questo motivo le aziende si sono dotate, all'interno dei loro

magazzini, di soluzioni WMS che consentono di avere una visione affidabile delle scorte, al contrario degli strumenti di cassa sui punti vendita che non sono stati concepiti per gestire gli stock.

La Spagna è il paese con le informazioni sulle scorte più affidabili. Le aziende spagnole dichiarano di accedere a un livello eccellente di informazioni, indipendentemente se nei magazzini (69%), negli stabilimenti di produzione (61%) o nei punti vendita (50%). **In Italia, l'affidabilità delle informazioni è considerata "buona":** solo il 39% delle aziende italiane afferma di avere una visione sulle scorte affidabile. In Portogallo, la visibilità è ancora prevalentemente assicurata dai fornitori logistici e dai vettori e il 39% delle aziende considera il livello "soddisfacente".

Gli scambi con i partner, i servizi di tracking e l'accesso alle informazioni

Nel Sud Europa i flussi di informazione avvengono ancora per lo più manualmente. Il Portogallo e la Spagna sono i paesi in cui la visibilità in tempo reale è più sviluppata con i vettori. **In Italia, lo scambio informatico di dati è maggiormente sviluppato con i clienti finali (il 54% delle aziende).**

Tutte le aziende intervistate dichiarano di affidarsi prevalentemente alle soluzioni fornite dai vettori: il 52% in Francia, il 46% in Spagna, il 43% in Portogallo e in Italia. Gli investimenti sono quindi ampiamente sostenuti dai fornitori per conto dei committenti.

Le aziende stimano che la loro visibilità migliorerà nell'arco di 3 anni. Ed è sempre in Portogallo che dovrebbero essere realizzati gli investimenti più ingenti: il 64% delle aziende stima che avranno una visibilità compresa tra il 75% e il 100%. In questo paese, la visibilità è percepita come uno standard dei servizi di trasporto.

In Spagna, le aziende offrono molto spesso ai loro clienti un servizio di tracking per la consegna (il 48% nel B2B e il 39% nel B2C), mentre l'Italia è il paese dove si assiste a un maggiore fermento dei progetti in corso. Di contro, a causa della mancanza di soluzioni, oltre la metà delle aziende B2C portoghesi non offre servizi di tracking contestualmente alle consegne e ai resi d'ordine (64%).

L'accessibilità alle informazioni è più sviluppata nelle aziende del B2B rispetto a quelle B2C, ma resta ancora manuale, in particolare ancorata a corrispondenze telefoniche (28% in Italia, 27% in Francia, 17% in Spagna). In Portogallo, grazie agli investimenti realizzati dai vettori, il 16% delle aziende è in grado di offrire ai propri clienti B2B il monitoraggio delle consegne: una percentuale due volte superiore agli altri paesi coinvolti nello studio.

La globalizzazione, la delocalizzazione degli stabilimenti di produzione e il boom dell'e-commerce hanno moltiplicato il numero di partner che intervengono nelle catene logistiche. Di fronte a un numero crescente di interlocutori, la necessità di visibilità si impone come un fattore sempre più rilevante.

La supply chain è strategica per la performance delle aziende ed i suoi anelli devono essere sempre più e meglio collegati. La visibilità sull'intera catena permette il tracking ed è considerata da molti come una vera e propria leva di soddisfazione. Molte sono le aziende che hanno dichiarato di avere progetti in corso in questo campo, in particolare in Italia e in Francia. Per quanto vicini geograficamente, i due estremi si collocano in Spagna, in cui la visibilità è più sviluppata, e in Portogallo, il paese meno dotato da questo punto di vista.

Da sottolineare che la responsabilità di questi strumenti di visibilità ricade molto spesso sui vettori, i quali ne sostengono da soli il costo incalzati dai caricatori. Le informazioni acquisite grazie alla visibilità in tempo reale consentono di tenere sotto controllo i flussi e di eseguire

Contatti per la Stampa: Marina Perino | idee, progetti, strumenti per comunicare

mperino@generixgroup.com – +39 340 8186486

analisi, identificare nuove leve di miglioramento, ma anche di pianificare. Altrettanti benefici che potranno contribuire a migliorare la performance della supply chain e, in definitiva, la soddisfazione dei consumatori.

[DOWNLOAD E-BOOK CON TUTTI I RISULTATI DEL SONDAGGIO](#)

Metodologia: studio condotto da Generix Group su un campione di 292 aziende - industrie, distributori e società di servizi - domiciliate fiscalmente in Spagna, Francia, Italia e Portogallo.

#####

Generix Group in sintesi

Generix Group è un software vendor specializzato in soluzioni SaaS per la gestione della supply chain collaborativa, presente in oltre 60 paesi, grazie alle filiali e ad un'estesa rete di partner.

I suoi servizi applicativi in SaaS vengono utilizzati da 6.000 aziende nel mondo ed i 550 collaboratori del gruppo sono impegnati quotidianamente nell'assistere clienti quali Carrefour, Il Gigante, Lavazza, Lactalis, Brivio&Viganò, Kuhne+Nagel e Geodis nella trasformazione digitale delle loro supply chain.

Generix Supply Chain Hub, la piattaforma collaborativa del gruppo, aiuta le aziende a mantenere la promessa fatta ai loro clienti. Con essa è possibile gestire l'esecuzione dei flussi fisici, la digitalizzazione dei flussi informativi e l'integrazione delle aziende con la totalità dei partner con cui operano, in tempo reale. Generix Supply Chain Hub supporta tutte le tipologie di player della supply chain: l'industria, la distribuzione e gli operatori logistici (3PL/4PL).

Fondato in Francia nel 1990, Generix Group è quotato alla Borsa Euronext di Parigi (mercato Eurolist).

Per approfondire: www.generixgroup.com/it