

Al servizio del cliente

In pochi mesi Bonfiglioli ha disegnato in Italia un nuovo modello di filiale che sta dimostrando grande efficacia ed efficienza. Fondamentale per la realizzazione di una logistica complessa e su misura delle specifiche necessità del cliente la collaborazione di System Logistics e l'utilizzo di un solo corriere



“A Carpiano non c'è solo un nuovo magazzino, ma ha sede l'ultima nata in ordine di tempo delle filiali che il Gruppo Bonfiglioli ha creato nel mondo, ma la prima per fatturato”. Così Rinaldo Bravo, direttore commerciale e responsabile gestione di Bonfiglioli Italia, inquadra la nuova realtà che ha richiesto un investimento importante, non solo economico ma anche di idee, per centrare l'obiettivo di servire al meglio il mercato nazionale.

“L'Italia – spiega Bravo – pesa ancora circa il 30% del fatturato del gruppo e nel 2006 sta registrando un trend di crescita intorno al 25% grazie a una clientela di oltre 2.000 aziende che possiamo suddividere in tre gruppi. Il primo è costituito dai distributori, storico canale di vendita della Bonfiglioli, per piccoli clienti e prodotti semplici. Il secondo comprende gli OEM del settore industriale, aziende che richiedono un servizio di alto livello sia di tipo ingegneristico che di tipo logistico.

Priorità particolarmente sentite anche dai clienti del terzo gruppo, composto da grandi aziende attive nel settore mobile”.

E aggiunge: “L'organizzazione Bonfi-

Veduta del magazzino automatizzato veloce e dei Modula.

La sede di Bonfiglioli Italia a Carpiano (Milano).



glioli prevedeva che i clienti si rivolgeressero direttamente agli stabilimenti produttivi, ma l'aumento del numero degli uni e degli altri, l'ampliamento del portafoglio prodotti, la crescita dei volumi e della complessità hanno fatto sì che il sistema perdesse in efficienza ed efficacia; da qui la decisione di creare la nuova filiale per raccogliere tutti gli ordini e provvedere a evaderli. Ci si è dati tempi molto stretti e in soli quattordici mesi il sistema è partito!"

PRONTI VIA

Per la sede è stato individuato il polo logistico di Carpiano, periferia sud di Milano, perché "baricentrico rispetto al business: la sola Lombardia rappresenta un terzo del giro d'affari in Italia e con il Piemonte e il Triveneto si arriva ai 2/3 del totale. È stato acquistato un terreno di 14.000 metri quadrati con uno stabile industriale di 6.800 metri quadrati, al quale sono stati aggiunti 1.200 metri quadrati di uffici". Contestualmente è iniziata la ricerca del fornitore del magazzino. "Dopo aver esaminato le più recenti realizzazioni presenti in Italia dei principali costruttori, tutte accomunate dal fatto di essere 'semplici' piattaforme distributive, alla fine la scelta è caduta

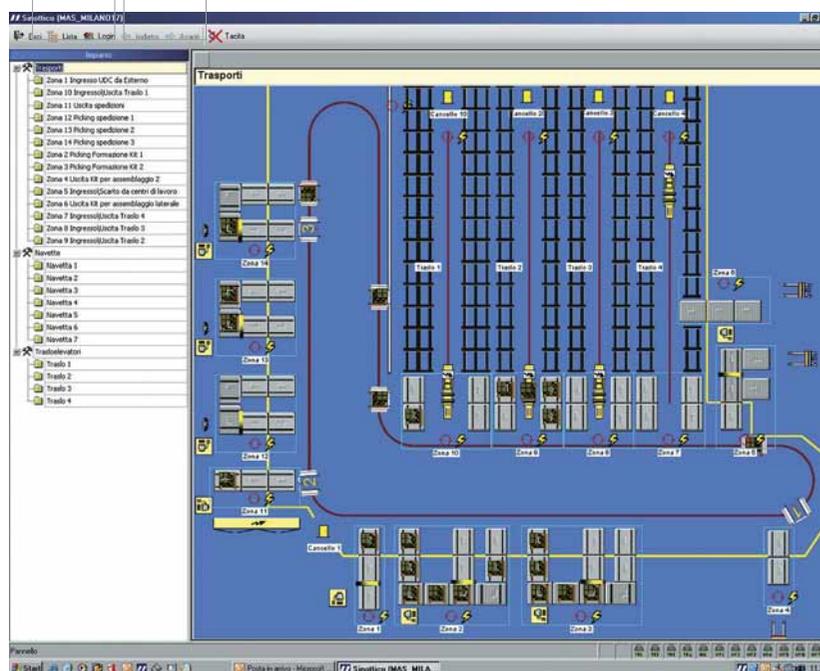
misura delle nostre necessità. I nostri prodotti prima di essere spediti vengono per la metà circa personalizzati e questo presuppone una capacità di trasformazione completamente integrata nel flusso di movimentazione. Un altro must richiesto è rappresentato dalla tracciabilità totale: di ogni ordine vogliamo sapere con esattezza

di che cosa si tratta e quando è stato consegnato al cliente. E infine, ma non ultimo, tempi ridotti di evasione ordini attraverso una produzione snella. L'investimento totale, esclusi i muri, è stato di oltre 6 milioni di euro".

FLUSSI SOTTO CONTROLLO

Vediamo, in estrema sintesi, le caratteristiche principali del sistema. Sulla base degli schemi di pianifica-

Il lay-out della piattaforma distributiva.



su Systems Logistics sia per il know how e le esperienze che ha maturato in tanti anni di attività, sia soprattutto per la disponibilità ad adattare il sistema alla necessità di realizzare una logistica-produttiva più complessa e su

Sopra: Ingresso-uscita dei trasloelevatori.

A destra: trasloelevatori in azione.



GRANDANGOLO

zione la filiale inoltra gli ordini dei prodotti finiti e dei componenti agli stabilimenti di Bologna, Forlì, Dusseldorf e, presto, a quello in allestimento in Slovacchia, definiti secondo precise logiche di gestione. La prima punta ad assicurare alla rete commerciale e ai clienti la disponibilità dei prodotti 'gestiti' secondo un preciso intervallo di tempo. Questi prodotti, a loro volta, si dividono in due: i 'buy', che arrivano dalle fabbriche già finiti, e i 'make' che vengono assemblati o personalizzati a

taggi per entrambi in termini di aumento di efficacia e contenimento dei costi". Fatta la pianificazione arriva il materiale: fisicamente con delle navette e logicamente via sistema.

"Dalle sedi riceviamo circa 80-100 pallet al giorno con le relative bolle. Dopo la verifica della rispondenza tra bolla e consegnato, ogni prodotto con la sua matricola viene caricato direttamente a magazzino".

Il cuore dell'impianto di Carpiano è rappresentato dal magazzino auto-

"Stiamo valutando a livello gruppo se adottare dei contenitori in plastica in sostituzione di quelli in cartone che si rompono o in legno che si deformano. Il loro impiego permetterebbe infatti di velocizzare e rendere più sicure le operazioni di prelievo, carico e scarico". È il sistema a ottimizzare il flusso dei cassoni dando le relative priorità. In caso di necessità, esiste sempre la possibilità di ordinare al sistema di operare degli interrupt prioritari, quindi di mettere un ordine davanti a tutti.



Carico dei Modula, magazzini verticali della Systems Logistics.

Carpiano. In prospettiva il peso dei prodotti 'make' dovrebbe crescere dall'attuale 50% al 70%.

La seconda riguarda i prodotti non gestiti. Per l'evasione dell'ordine del cliente può occorrere l'intero tempo richiesto dalla fabbrica per produrlo oppure un tempo ridotto grazie a due tipologie di magazzino: una scorta di sicurezza semplice che garantisce un certo numero di prodotti sempre a disposizione oppure 'rolling', cioè verificata a intervalli regolari di tempo sulla base delle previsioni del cliente.

"La logistica dedicata che Carpiano è in grado di offrire, vale a dire consulenza logistica al cliente per strutturare la pianificazione della domanda e dell'offerta, la possibilità di strutturare delle scorte dedicate al cliente con una gestione personalizzata e congiunta, hanno richiesto una formazione specifica sia della rete commerciale che dei clienti: solo da un lavoro di squadra, infatti, possono venire van-



Transpallet automatico laser guidato LGV da e per i centri di lavoro.

matizzato veloce (MAV) che consente di minimizzare i tempi di identificazione e prelievo della merce. Sette navette, in un tempo medio di circa un minuto a missione, trasportano i diversi colli dalle zone di ingresso a quelle di prelievo. Il magazzino prevede anche scaffalature riservate ai clienti. Alcuni dei quali hanno assicurato la disponibilità di prodotti finiti pronti alla consegna a richiesta secondo metodologia Kan-Ban.

DAL MAGAZZINO AL MAGAZZINO

Per i prodotti che devono essere montati, il personale allocato in un'area specifica riceve delle schede di programmazione apposite. Gli operatori raccolgono i componenti dal MAV e dai Modula, magazzini a cassette alti dodici metri, per tutti i componenti di piccole dimensioni, e li posizionano in appositi contenitori di 4 formati standard di legno o cartone.

Viene anche definito a priori il carico di lavoro sulla base di un tempo di evasione medio che tiene conto della morfologia dei prodotti e della quantità. Una volta che i contenitori sono pronti, un transpallet automatico laser guidato LGV li trasporta per l'assemblaggio dalle baie di uscita del magazzino automatico ai corrispondenti centri di lavoro e provvede poi a riportare i motoriduttori assemblati al MAV, a disposizione per la spedizione al cliente. I centri di lavoro possono montare fino a 320 pezzi giorno.

Nelle 3 baie di picking vengono allestiti i colli per le spedizioni; ognuno è identificato da etichetta con riferimento cliente, numero d'ordine e bar code. La zona di spedizione dispone di 18 baie di caricamento destinate alle navette a servizio delle diverse regioni d'Italia per fornire consegne perfette e puntuali ai clienti.

"Per rendere più semplice, lineare e sicura la consegna finale, dopo l'esperienza del vecchio deposito di Assago dove, un piccolo magazzino riceveva anche 100 corrieri a settimana con

una frammentazione del servizio ed una scarsa qualità delle consegne, per Carpiano abbiamo fatto la scelta di avere un solo corriere, che adesso si chiama Artoni e per il quale siamo, come gruppo, il tra i principali clienti per giro d'affari".

Se il cliente chiede una consegna oltre i sette giorni lavorativi, questa è in portofranco. Se la consegna è richiesta a tre giorni, utilizziamo a secondo dei pesi da consegnare ancora Artoni o corrieri veloci. In questo caso al clien-

possibili a seconda delle distanze con una filosofia 'door to door'. In questi casi il costo è definito con un ticket più una percentuale sul costo del prodotto".

BILANCIO POSITIVO

"La scelta della soluzione si è dimostrata felice: insieme a System in pochi mesi abbiamo disegnato un nuovo modello di filiale che sta dimostrando grande efficienza e che visti i risultati farà da base di sviluppo per altre filiali

quali vanno aggiunti una quindicina di impiegati. Sono circa 2.000 i clienti serviti con 12mila referenze per un volume di fatturato di oltre 40 milioni di euro all'anno. Ogni giorno vengono fatte circa 400 righe bolle e il tempo medio di evasione ordini è di circa 8 giorni lavorativi in linea con gli obiettivi di consegnare il 30% del fatturato entro i 2 giorni lavorativi dall'ordine e un ulteriore 35% del fatturato entro 5 giorni lavorativi. 20 minuti in casi eccezionali. Abbiamo raggiunto un'efficienza



Centro di lavoro per l'assemblaggio.



Baie di carico dei prodotti finiti.



Allestimento di un collo per la spedizione.

La zona di spedizione con 18 baie di caricamento.



te è addebitata una percentuale in più sul costo del prodotto. Solo in caso di emergenza estrema si fa ricorso a servizi esterni che garantiscono la consegna in tempi minimi

del gruppo. Stiamo lavorando su due turni e l'obiettivo è di arrivare prima possibile ai tre turni. Sono occupate 36 persone, tra personale fisso ed esterno, ai

di impianto intorno al 90% e puntiamo ad arrivare al 95%.

I volumi gestiti sono un anno e mezzo avanti rispetto alla pianificazione fatta e che avrebbe portato dopo cinque anni ad aumentare il sistema. Probabilmente se nel 2007 avremo lo stesso ritmo di crescita dovremo procedere all'allargamento del sistema già nel 2008".

Tutto bene dunque?

"Certamente. Tutte le scelte fatte a Carpiano si sono dimostrate corrette; solo l'area riservata al montaggio si sta dimostrando sottodimensionata per le crescenti richieste di prodotti personalizzati: mediamente il mercato da un anno all'altro arriva a cambiare il 50% del proprio mix prodotti ciò implica il bisogno di grande flessibilità e forte capacità di gestione della complessità.

readerservice.it n.47