

**WEBCONFERENCE**

# **E-commerce e logistica di magazzino ai tempi del Covid-19**

**Federico BERNIERI**  
**Business Development Manager**



# AGENDA

- 1. Il mercato dell'e-commerce**
- 2. Resilienza del magazzino: il contributo della tecnologia**
- 3. Generix e-Logistics**
- 4. Caso Il Gigante**
- 5. Generix Group in breve**

# Il mercato dell'e-commerce



# COVID-19, BOOM E-COMMERCE E RIVOLUZIONE LOGISTICA

- **72,6%** della popolazione europea ha acquistato online nel 2020, nel 2024 sarà il 78% <sup>(2)</sup>.

## La situazione in Italia:

- **+13%** gli **e-shoppers** medi mensili (26,9 mln) <sup>(1)</sup>
- **+1,3 mln** di nuovi e-shoppers nei mesi del lockdown 1 <sup>(3)</sup>
- L'online nel 2020: **+20 % Elettronica di consumo, + 22% Abbigliamento, +32% Arredamento&home living** <sup>(1)</sup>
- **Food&Grocery**, un settore «on fire»:
  - **+70%** vendite online (primi 10 mesi 2020, con picco +217% in aprile) <sup>(1)</sup>
  - **+989% aumento medio settimanale degli ordini online** durante il lockdown 1 (picco a marzo) <sup>(2)</sup>

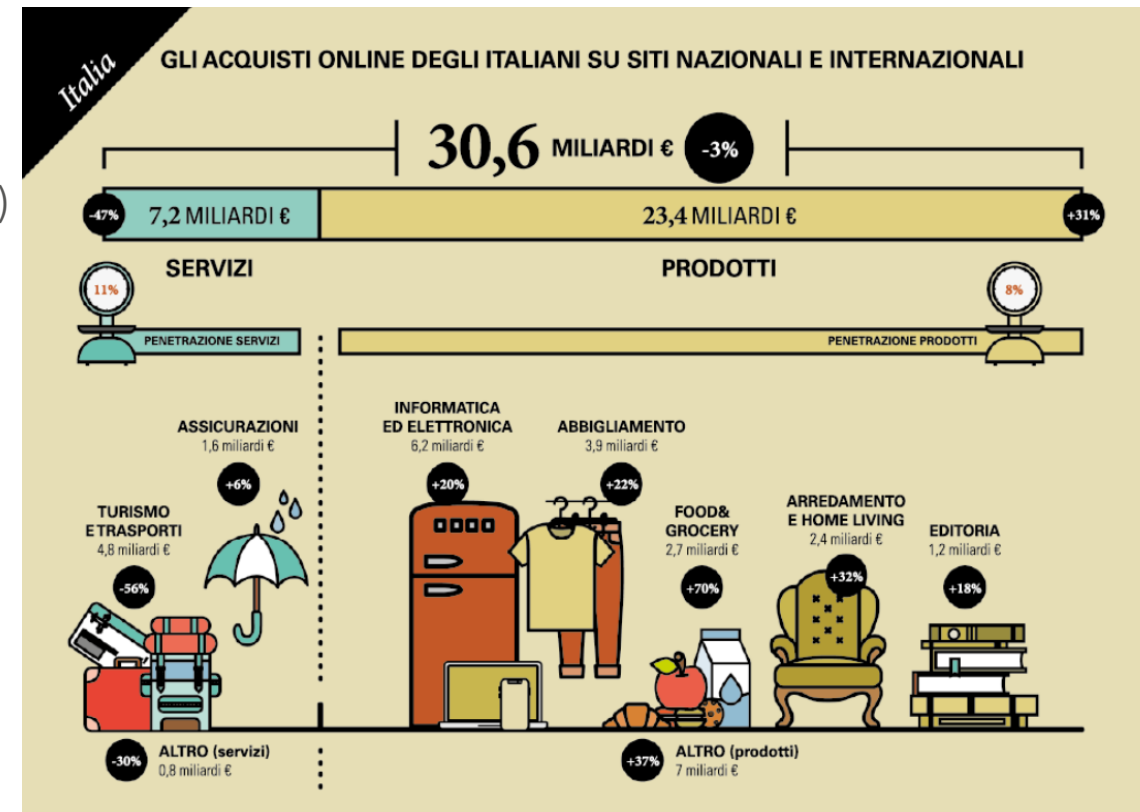


- **Aumento ordini** da processare con **meno operatori** (distanziamento sociale e malattia)
- **x6 il valore medio** dello **scontrino** Food&Grocery <sup>(2)</sup>
- **x3** gli ordini con consegna **home delivery** (preferita dal 93% degli e-shoppers) <sup>(2)</sup>
- **+349% click&collect**, nei mesi di lockdown 1 <sup>(3)</sup>
- **70% di spedizioni consegnate a fronte di un aumento del 43% delle spedizioni**, in marzo <sup>(3)</sup>
- **Consegne ritardate** fino a 2 settimane (Esselunga) <sup>(4)</sup>
- Tattiche **per disintasare gli slot**: code virtuali agli store online (Carrefour), limiti in ordini/persona, aumento del costo per ordine <sup>(4)</sup>

Fonti: (1) Osservatorio eCommerce B2C, School of Management Politecnico di Milano, ottobre 2020 - (2) Fit Consulting, luglio 2020 - (3) Netcomm, maggio 2020 - (4) Casaleggio Associati, ottobre 2020

# L'E-COMMERCE IN ITALIA

- » Impennata della crescita dell'e-commerce in Italia:
  - » **+31%** acquisto di prodotti per un valore di **31,6 mld di euro**
  - » Crollo dei servizi: **-47%** acquisti online (deficit turismo e trasporti)
- » I Prodotti:
  - » 23,4 mld di euro, ossia **76%** del totale e-commerce
    - » Informatica ed Elettronica: **+20%** (6,2 mld )
    - » Abbigliamento: **+22%** (3.9 mld)
    - » Arredamento e home living: **+32%** (2.4 mld)
    - » Editoria: **+18%** (1.2 mld)
    - » Food & Grocery: **+70%** (2.7 mld)
  - » Il peso dell'e-commerce sul totale degli acquisti sale al **8%** (+2% rispetto al 2019, in meno di un anno incremento di 2 anni)
- » Canale e-commerce, da alternativo e differenziante a canale di riferimento

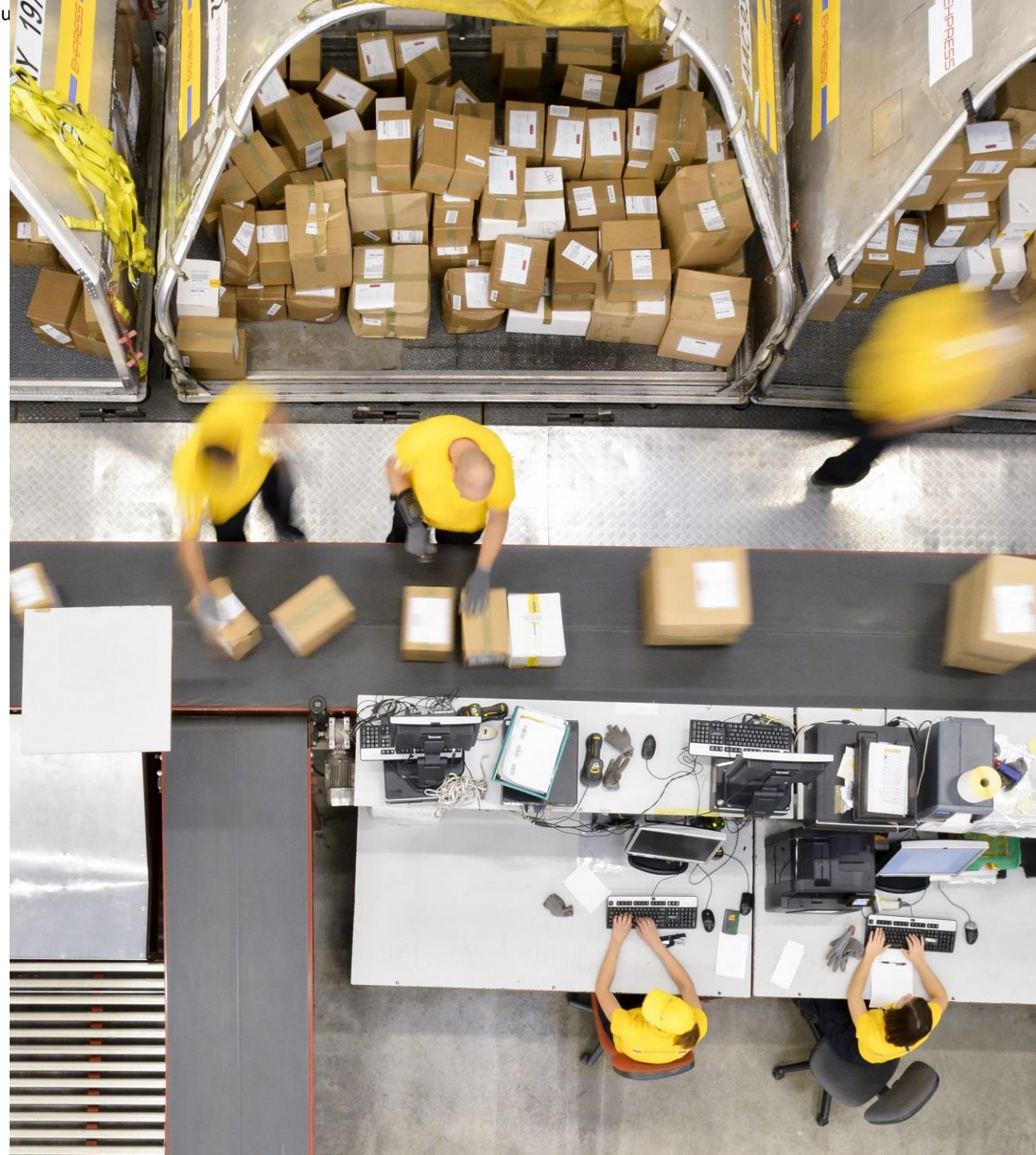


Fonte: School of Management del Politecnico di Milano "Osservatorio eCommerce B2C"

# PECULIARITÀ DELL'E-COMMERCE

- » **Assortimento**, ampliamento del catalogo prodotto
  - » Migliaia di referenze
  - » Eterogeneità dei formati dei prodotti
- » **Permanenza stagionalità**
  - » Da 3 a 10 volte i volumi medi
  - » Da 2 a 3 volte in più di articoli per ordine
- » **Nuove caratteristiche home delivery**
  - » Velocità di consegna (assenza di traffico)
  - » Certezza di recapito/consegna
  - » Ampliamento finestre di consegna (smart-working, lockdown)

CO - Pu



# RESILIENZA E NEW NORMAL

«L'Italia ha raggiunto un comportamento digitale che prima non aveva. I due milioni di acquirenti in più non rappresentano solo un incremento dei volumi, ma il segno di **un'evoluzione delle condotte**»

Roberto Liscia - NetComm



## IDENTIKIT DEL NUOVO E-SHOPPER

- » 86% degli e-shopper considera importante il servizio di **reso** (ritardo consegna, qualità, preferenze ...)
- » 85% è disposto a pagare di più **se il servizio è di migliore qualità**
- » 80% dei clienti on-line desidera poter acquistare e ricevere consegne anche dall'**estero**
- » 86% degli acquirenti on-line è molto attento alla **qualità della preparazione**
- » 93% degli e-shopper è molto attento al **rispetto dei tempi di consegna**
- » 98% degli acquirenti on-line considera importanti le **informazioni sullo stato dell'ordine** effettuato



**Servizi a forte valore aggiunto**



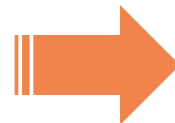
**Apertura all'internazionale**



**Garanzia di qualità al 100%**



**Tempistiche garantite**



**Tracking e visibilità**



## LOGISTICA PERFORMANTE: DA FATTORE DI DIFFERENZIAZIONE A FATTORE ABILITANTE

Adattare la gestione logistica:

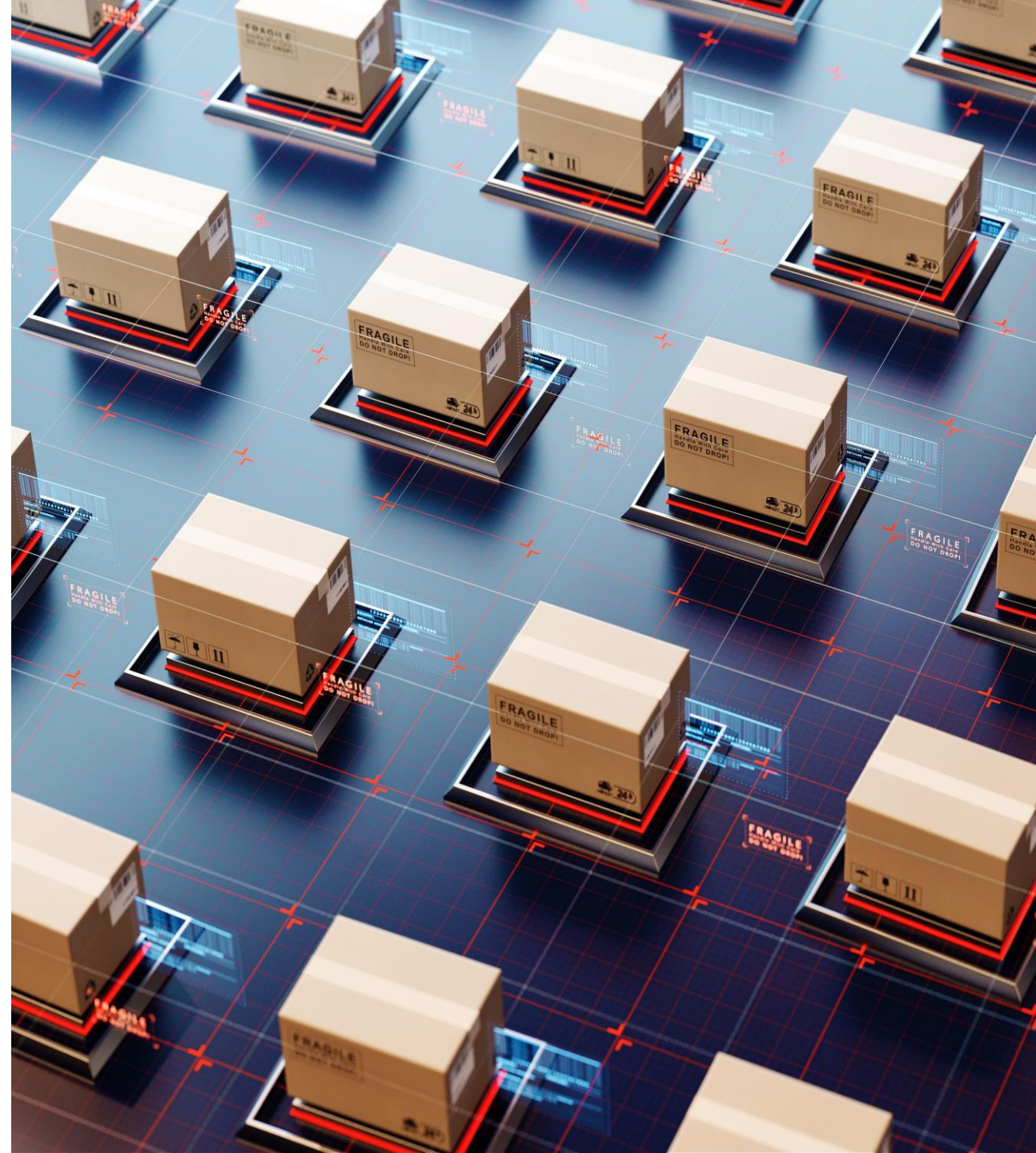
- » Personalizzazione di prodotto/servizio
- » Servizio a livello internazionale
- » Garanzia dei tempi di consegna
- » Tracciabilità
- » Visibilità
- » Qualità delle consegne
- » Gestione dei resi

Requisiti per «partecipare al gioco»:

- » Reattività
- » Flessibilità



# Resilienza del magazzino: il contributo della tecnologia



## ADATTARSI AI VINCOLI DEI DPCM

- » Carenza risorse in deposito (carrellisti, pickeristi,...)
- » Insufficienza staff tecnico

**Funzionalità del WMS atte ad aumentare la produttività del magazzino: triangolazione, slotting, gestione dinamica delle priorità,..**

**Utilizzo del WMS per conto del cliente (esternalizzazione grazie al SaaS)**



# **MAGAZZINI NON IDONEI A GESTIRE AUMENTI DI VOLUME TEMPORANEI ED IMPREVIDIBILI**

- » Apertura di deposito temporaneo per coprire il periodo di picco
- » Ricorso ad un 3PL per la gestione degli stock in eccesso presso un suo deposito

**Kit di parametrizzazioni ad hoc per consentire l'attivazione in pochi giorni**

**Soluzione in SaaS per contenere i tempi legati ad acquisto hardware ed installazioni tecniche**

**Soluzione WMS con gestione multi-committente**



## ATTIVARE VELOCEMENTE UN CANALE E-COMMERCE

- » Definire dove effettuare il picking merce: darkstore, punto vendita, darkstore+punto vendita, outsourcing 3PL
- » Definire le modalità di consegna merce: click&collect, home delivery, lockers, ...

**Consulenza di un team di expert per la scelta del modello operativo**

**Installazione di un kit ready-to-go in funzione del modello prescelto, che mette a disposizione funzionalità ed interfacce pre-standardizzate**



# INTEGRAZIONE SPINTA TRA CANALI FISICI E DIGITALI

- » Gestione dei flussi misti
- » Visibilità e controllo in tempo reale della supply chain end-to-end
- » Trasparenza nei confronti del consumatore

**Soluzione Order Management System - OMS per ordini in omnicanalità**

**SaaS Control Tower per tracciare i flussi e gli stati generati internamente o dai partner della filiera, a 360° in tempo reale**



# Generix e-Logistics



# COMPONENTI E-LOGISTICS





## ACCELERARE RICEVIMENTO E STOCCAGGIO

**Adattare il processo** al contenuto del ricevimento e alla tipologia merce

- » Ricevimento poi stoccaggio
  - » Colli eterogenei / Molte righe per ordine / Bassa quantità per riga
  - » Ricevimento + selezione omogenea per zona/corridoio di collocamento
  - » Sistemazione per zona/corridoio in una seconda fase
- » Ricevimento e stoccaggio
  - » Referenze alto-rotanti e prodotti fuori misura
  - » Ricerca automatica dell'ubicazione più idonea, possibilmente ubicazione dinamica



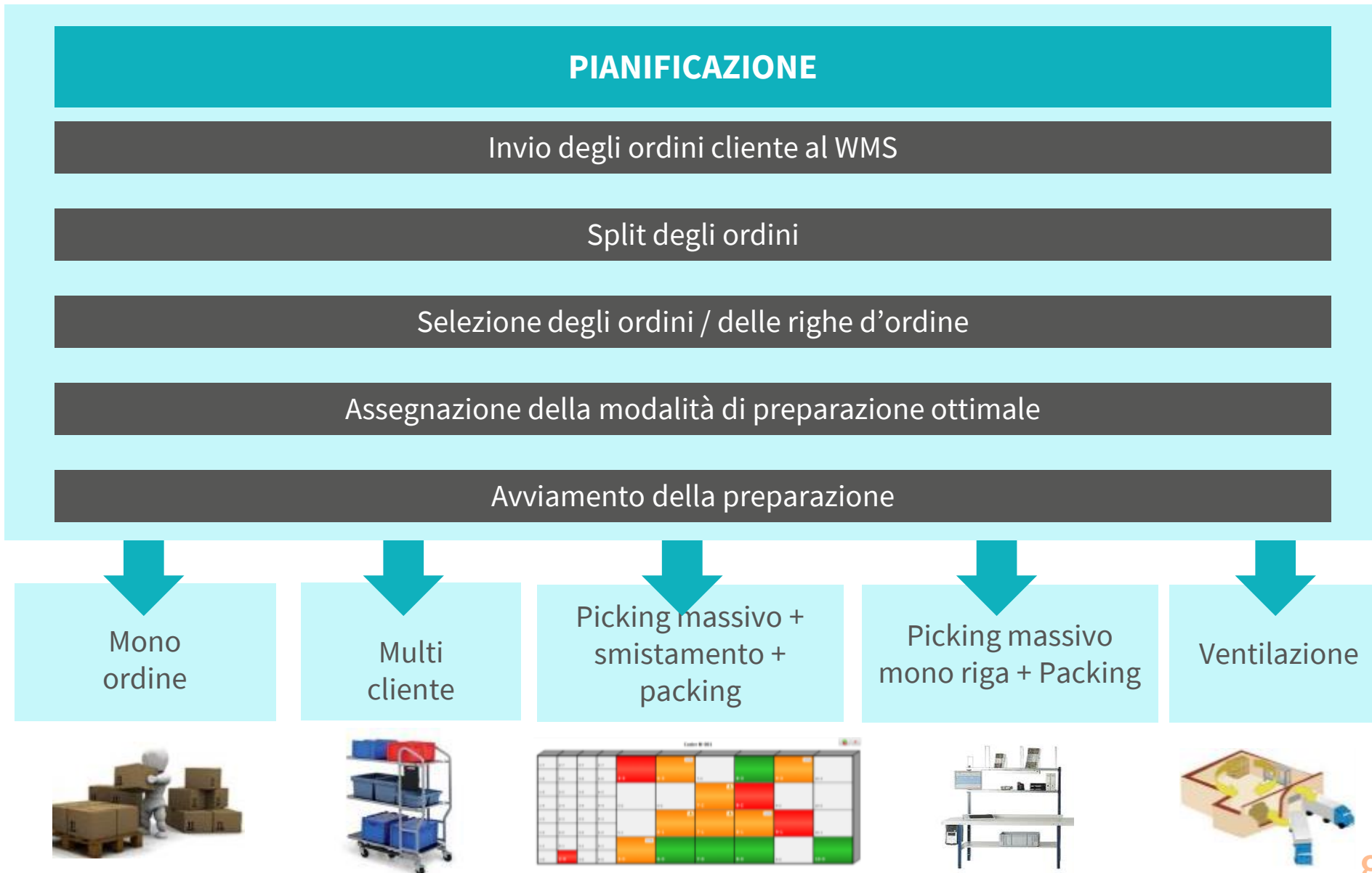
# EFFETTUARE UNA PIANIFICAZIONE EFFICACE

## Assicurare produttività e qualità del prelievo

- » Analizzare il portafoglio ordini e costituire delle onde di preparazione omogenee →
  - » Ottimizzare la produttività del picking
  - » Massificare le operazioni in serie (in particolar modo le attività di personalizzazione/postponement)



# PIANIFICAZIONE



# MODALITÀ DI PREPARAZIONE

## » Preparazione mono-ordine

- » Per i prodotti voluminosi / ordini VIP

## » Raccolta multi-ordine

- » Per volumi medi / stagione media / avviamento dell'attività
- » Tempo di preparazione molto ridotto (Tempo reale, Express...)
- » Pick & Pack su carrelli multi-cliente, con put-to-light imbarcato

## » Raccolta globale e smistamento nei tote/cassetti - rulliere meccanizzate

- » Per grandi volumi di ordini / Numero di referenze elevato / Picchi di attività (stagionalità, fine anno ...)
- » Carico di lavoro ridotto al picking (minore congestione nelle corsie)
- » Pick then Pack, smistamento in celle fisse, con opzione put-to-light e scan di controllo sui cassetti

## » Raccolta globale e spedizione ordini mono prodotto

- » Per attività con un grande numero di ordini mono prodotto (>20%)

## MAGGIORE FLESSIBILITÀ NELLA PREPARAZIONE

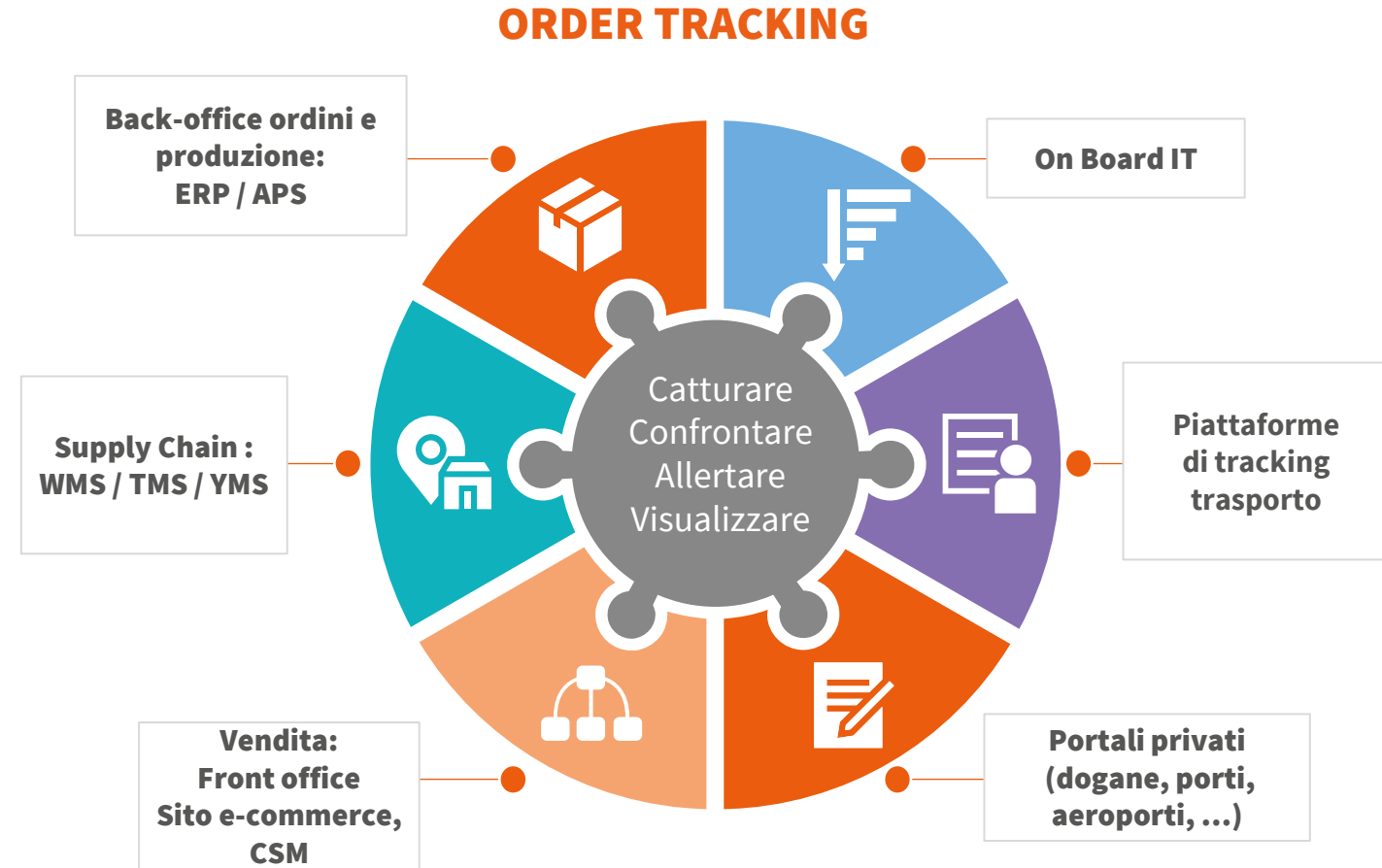
- » Scegliere le modalità di preparazione e di packing, applicando il processo più idoneo in base ai volumi, alle tipologie d'ordine, alle tempistiche, alla merce fuori misura ...
- » Adattare i processi ai vincoli operativi



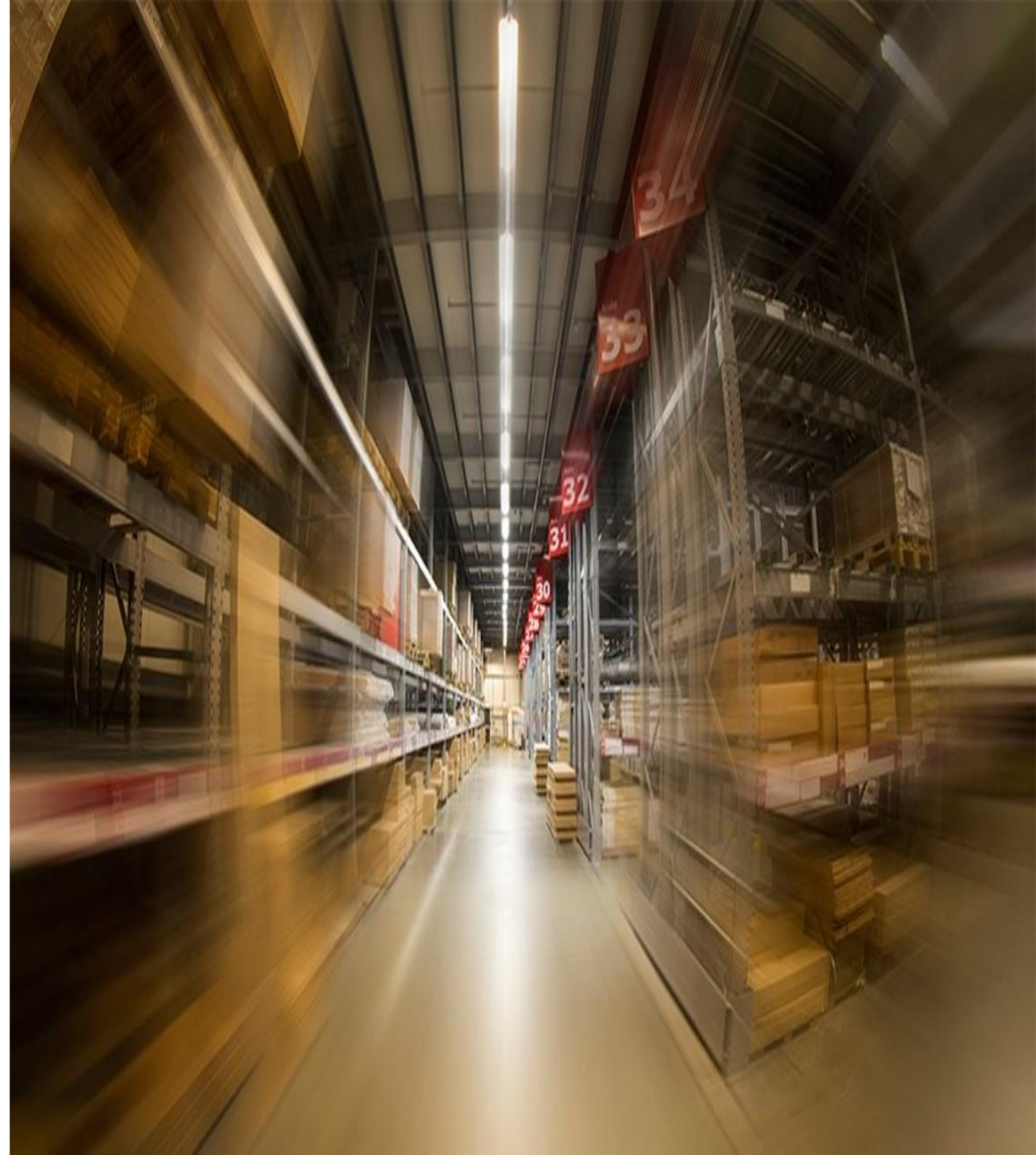
## TRACKING → INTEGRAZIONE

Per avere una tracciabilità completa dell'ordine occorre interfacciarsi con:

- » Sito e-commerce/CSM
- » WMS
- » Pluralità dei corrieri dell'ultimo miglio →  
Adattare stampe e interfacce EDI:
  - » Aggiornando i formati delle etichette e delle interfacce EDI con sviluppi ad hoc
  - » Sfruttando i «chioschi» multi-transportatore (Teliae, Expedito) per accelerare la messa in opera



# Caso Il Gigante



## LE PREMESSE DI UN PROGETTO IN CONTINUA EVOLUZIONE

**il gigante**  
*Gli Specialisti del Fresco*

«Da sempre impegnato a **garantire al consumatore** la **freschezza** e la **qualità** dei prodotti alimentari, la continuità nel **servizio** e il rispetto delle **tradizioni**»

*Gianluigi Bassani*  
*Direttore Marketing Il Gigante*





# LE PECULIARITÀ DELL'E-COMMERCE IL GIGANTE

## Scelta del modello darkstore

- » Un magazzino dedicato alla spesa effettuata sul canale e-commerce è la risposta più efficace in un'ottica di lungo periodo
  - » Nessuna cannibalizzazione del canale fisico
  - » Maggior controllo delle scorte
  - » Capacità di gestire l'aumento dei volumi di spesa

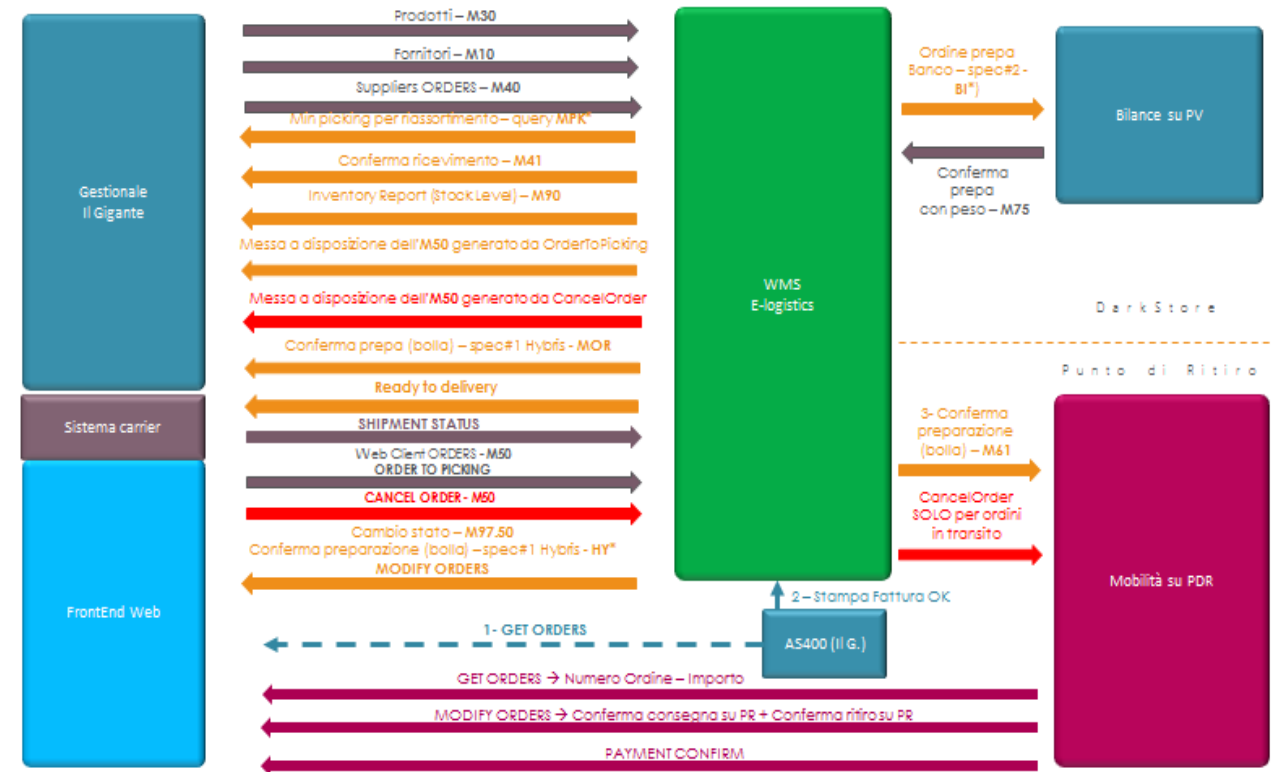
## Scelta del sito di Varallo Pombia

- » Utilizzare una struttura già esistente e soprattutto attigua ad un punto vendita, condizione essenziale per offrire anche ai clienti dell'online il vasto assortimento di prodotti freschi da banco
- » Poter raggiungere i maggiori centri urbani del Nord Ovest attraverso i punti di ritiro inizialmente e anche con l'home delivery successivamente

# LA SOLUZIONE GENERIX WMS / E-LOGISTICS

## Due esigenze fondamentali per Il Gigante

- » Capacità di integrazione con i sistemi esterni
  - » 5 SI con modalità di comunicazione diverse
  - » Più di 20 interfacce
  
- » Evoluzione continua dell'organizzazione senza dover ricorrere a nuovi sviluppi
  - » Aumento assortimento
  - » Apertura di nuovi PDR
  - » Home Delivery



# FLESSIBILITÀ PER RISPONDERE ALLE ESIGENZE DEL CONSUMATORE



Servizio  
Ordine

- » Ampio assortimento
- » Disponibilità merce
- » Disponibilità slot

Servizio  
Delivery

- » Zero mancanze
- » Qualità preparazione
- » Esperienza di ritiro

Aumento  
# item

- » Struttura di magazzino
- » Logica di stoccaggio
- » Percorsi di preparazione

Aumento  
# slot

Aumento  
# PDR

- » Volumi di preparazione
- » Frequenza di preparazione
- » Modalità di preparazione
- » Numero di giri
- » Variazione dei giri

Home  
delivery

Fare evolvere il layout di  
magazzino

-  
Spostare i picking per ottimizzare  
i percorsi in darkstore

Adattare le modalità di  
preparazione

-  
Variare la pianificazione delle  
evasioni ordini in base ai giri di  
consegna

**Generix Group in breve**



## GENERIX GROUP OGGI

Generix Group è una **Software as a Service company** internazionale che **accelera** la gestione dei dati ed i **flussi** fisici della supply chain all'interno di **business hub intelligenti**.



## I NUMERI DI GENERIX GROUP



**81** M€ fatturato



**6000** clienti  
dalle PMI  
ai grandi gruppi internazionali



**42%**  
fatturato  
internazionale



soluzioni utilizzate in oltre  
**60** paesi



**12,7%**  
investimento annuo in R&D

Un gruppo  
internazionale,  
quotato alla  
Borsa di Parigi

**9**

sedi nel mondo

**609**

collaboratori

## UNA FORTE PRESENZA INTERNAZIONALE

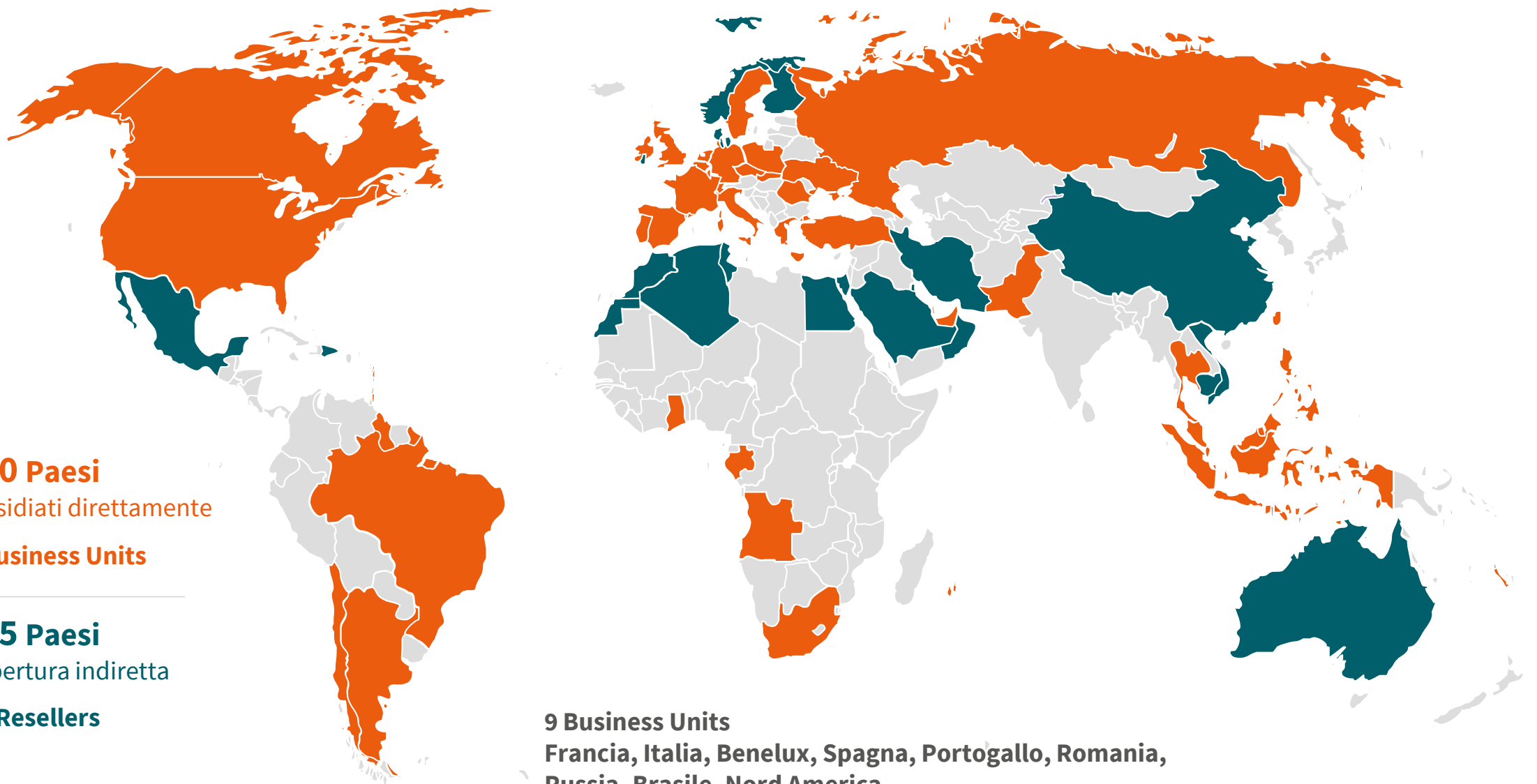
● **+40 Paesi**  
presidiati direttamente

**9 Business Units**

● **+25 Paesi**  
Copertura indiretta

**45 Resellers**

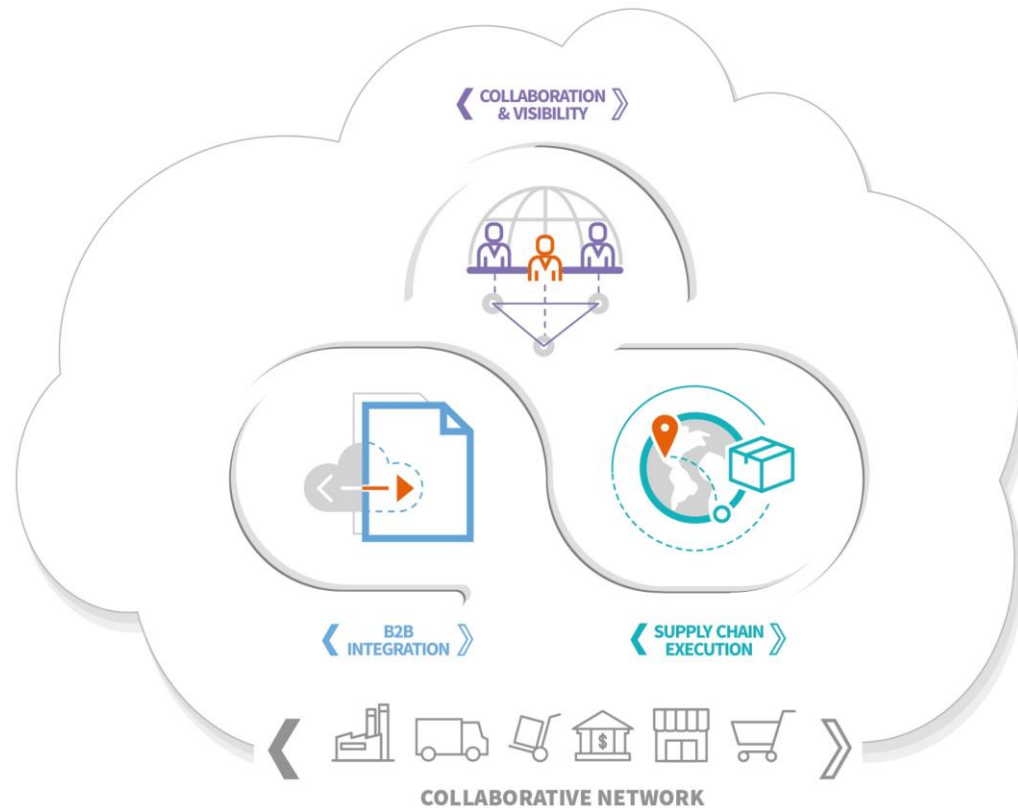
**9 Business Units**  
Francia, Italia, Benelux, Spagna, Portogallo, Romaniaa,  
Russia, Brasile, Nord America



# 6 000 CLIENTI NEL MONDO

Retail	FMCG	Luxury, Textile, Cosmetics
		
Other industries & services	Automotive, Aeronautic	Transport, Logistics
		





Un'unica piattaforma per gestire:

- » L'esecuzione dei flussi fisici
- » La digitalizzazione dei flussi informatici
- » Gli applicativi per collaborare e condividere la visibilità in tempo reale
- » Il network che garantisce la connessione di tutti i partner della filiera

Una piattaforma collaborativa che aiuta le aziende a mantenere le promesse fatte ai loro clienti

# Grazie per l'attenzione!

FEDERICO BERNIERI

[fbernieri@generixgroup.com](mailto:fbernieri@generixgroup.com)

**generix**<sup>GROUP</sup>»

 [www.generixgroup.com](http://www.generixgroup.com)

 [@GenerixGroupIT](https://twitter.com/GenerixGroupIT)