

CONVENTION 2007

Il trade moderno in Italia sta vivendo una fase di grande evoluzione e deve affrontare sfide sempre più stringenti: la pressione sui prezzi e sui margini, la globalizzazione dei mercati, una crescente competizione orizzontale tra insegne e format, le abitudini d'acquisto di un consumatore alle prese con una complessa congiuntura economica. Tutto questo porta i retailer a confrontarsi con la necessità di ridefinire i loro processi di gestione di prodotti e servizi. Su questi temi e sulle ri-

GRUPPO TESI

Retail & It: problematiche, esperienze e soluzioni a confronto nell'incontro di Taormina

sposte che i più avanzati strumenti It possono fornire ai moderni retailer si è incentrata la prima convention di Tesi, società da oltre dieci anni impegnata

al fianco delle imprese distributive per supportarle, attraverso tutta una serie di applicazioni e soluzioni informatiche, nella più efficiente ed efficace gestio-

ne della loro organizzazione e del loro business. L'evento, non a caso battezzato "Retail & It", ha riunito lo scorso 12 ottobre a Taormina, nella splendida cornice dell'Hotel Capotaormina, i manager di Gruppo Tesi e un folto gruppo di responsabili dei sistemi informativi e responsabili di business di alcune importanti insegne del trade moderno. L'incontro – coordinato da Alessandro Perego, titolare delle cattedre "Gestione dei Sistemi Logistici e Produttivi" e "Logistics Management" della School of

Distribuzione 2010: le prospettive del trade moderno

La convention si è aperta con una "provocazione" di Mario Gasbarrino (Unes), che ha definito strutturale la crisi del trade moderno. Come affrontarla? "Il retail – ha affermato – deve proporre un assortimento completo ma non eccessivo, prodotti locali, piatti pronti; deve fare category management, avere una logistica con alti livelli di servizio, un It efficiente; il pdv deve avere un percorso chiaro e funzionale, assicurare un facile accesso ai prodotti, prezzi leggibili, un It che garantisca il 100% dei prodotti riconosciuti alle casse, il self scanning e l'automatic check-out".

Cresce la complessità della gestione dell'attività e permane una certa difficoltà nel dialogo tra distributore e produttore, il che fa perdere efficienza e fa aumentare sprechi e costi: "Ecco perché nella gestione occorre migliorare e alleggerire – ha aggiunto Lucio Smareglia (Delta Team) – il flusso dei progetti, mettere in campo team meglio interconnessi, snellire la struttura. Nel futuro, il retail dovrà mantenere il presidio del territorio, aumentare il livello di concentrazione, sviluppare un modello che corrisponda davvero alle esigenze del cliente/consumatore, rivedendo per esempio il 'prodotto' supermercato. E conterà sempre di più ragionare in termini di filiera: dialogare, insomma, in "filierese".

Le nuove tecnologie. Se è vero che le Ict sono un potente fattore abilitante dei progetti di logistica integrata e supply chain manage-

Convention
Retail & IT

ment, vale la pena di chiedersi quale sia il loro reale grado di adozione, quali i benefici. Da questa domanda Alessandro Perego (Politecnico di Milano) è partito per analizzare quattro ambiti strategici: fatturazione elettronica, mobile & wireless, intelligence transportation system e supply chain collaboration. Ebbene, molta strada c'è ancora da fare: "Occorre – ha concluso il docente – conoscere le tecnologie e l'impatto atteso sui processi: bisogna dare spazio a una sperimentazione concreta. Per questo deve aumentare il coinvolgimento e il commitment del top management".

Supportare il cliente. Giuseppe Pacotto, direttore generale Gruppo Tesi, ha sottolineato un valore prezioso per la società piemontese, ovvero quello di essere il più grande "competence center It in Italia", con un importante know-how garantito dall'essere al 100% di proprietà di partner operativi e di poter contare su personale di eccellente livello professionale e con rapporti di lavoro a lungo termine. "Le nostre linee-guida strategiche si possono così riassumere: capacità diagnostiche, progettuali, di integrazione ed evoluzione dei sistemi del cliente, al quale garantire pieno supporto operativo; continua evoluzione dei prodotti; integrazione di moduli specialistici Tesi ad alto valore aggiunto; forti investimenti sulle nuove metodologie e architetture orientate ai servizi applicativi".



In alto, alcuni manager di Tesi: da sinistra, Ferruccio Gobbato, Pierfranco Sartirano, Delio Peruffo e Giuseppe Pacotto; in basso, il pubblico segue con attenzione i lavori della Convention.



Management del Politecnico di Milano – è stato aperto da Lucio Smareglia, presidente della società di consulenza Delta Team, e Mario Gasbarrino, amministratore delegato di Unes, chiamati a illustrare l'evoluzione del retail in Italia. Il prof. Perego ha tratteggiato alcuni scenari da cui emerge il valore delle nuove tecnologie e la necessità per le aziende di investire con maggiore convinzione. Giuseppe Pacotto ha illustrato il contributo di Tesi per affrontare e vincere le sfide di fronte alla quali si trova oggi il retail.

Tesi spa

sede legale: Via MendicITÀ Istruita, 24 – 12042 Bra (Cn)
sede centrale: Via Savigliano, 48 – Incrocio variante di Bra
12062 Località Roreto di Cherasco (Cn)
Tel. 0172.476301 – www.gruppotesi.com

Tesi studia e implementa servizi e soluzioni informatiche ottimizzate per le esigenze del cliente, adottando prodotti di base e tecnologie innovative ma sperimentate, sviluppate con metodologie e competenze altamente professionali. Specializzato nel settore retail, ma attivo anche in comparti quali industria e finance, Tesi ha la propria sede centrale a Bra e presidia il territorio con sedi operative (filiali e società del Gruppo) a Torino, Milano, Padova e Roma. Nell'ultimo anno, Tesi ha acquisito il marchio, i prodotti e le competenze di Ind (Padova) e ha stretto la joint venture Telind con Linfa (Imperia), due società da sempre specializzate nell'It per la distribuzione, rafforzando così la propria offerta.

Il meeting ha quindi proposto una carrellata di case history di aziende del retail e di alcune delle soluzioni implementate da Tesi in qualità di partner.

Temi centrali nella gestione dell'impresa distributiva, quali la supply chain in cross docking; il voice picking nel deposito; la gestione e i costi della tran-

sportation; la gestione della complessità dei contratti fornitori; l'integrazione dei sistemi per aumentare l'efficacia dell'affiliazione; l'integrazione fornitori e le attività di pdv.

Ne sono emersi molti spunti di dibattito e la consapevolezza che solo l'impresa distributiva dinamica e It oriented può "vincere nel futuro". La convention, insomma, ha centrato l'obiettivo: un'occasione ideale per consentire a Tesi di presentare la propria offerta e ai retailer di confrontare esperienze ed esigenze.

Focus sulle esperienze concrete dei retailer

Il programma della convention prevedeva una ricca serie di testimonianze di retailer che hanno affrontato, anche con il supporto di Tesi, alcuni progetti significativi per il loro business. Emiliano Galetto (responsabile It Flussi Merce SCM Carrefour) ha parlato di supply chain in cross docking. Alessandro Volpato (direttore sistemi informativi Bennet) ha illustrato come aumentare l'efficienza e l'organizzazione dei processi logistici attraverso il voice picking nel deposi-



Alcuni relatori del convention: da sinistra, Giuseppe Pacotto (Tesi), Alessandro Perego (Politecnico di Milano), Mario Gasbarrino (Unes) e Lucio Smareglia (Delta Team).

to. Roberto Graziotin (sales & solutions manager Tesi) ha affrontato il tema del transportation; Valerio Cortese (direttore sistemi informativi Finiper) ha parlato di contratti fornitori e di come gestire efficacemente la complessità

contrattuale. Salvatore Tudisco e Andrea Cava-sin (direttori sistemi informativi di Aligrup e Vega) hanno spiegato come si può accrescere l'efficacia dell'affiliazione con l'integrazione dei sistemi.

Di integrazione tra fornitori hanno parlato Fabrizio Ioppolo e Livio

Bernocco (direttori sistemi informativi di So-GeGross e Dimar). Vincenzo Villois (solution manager Tesi) ha chiuso l'incontro sul tema del retail shelf manager, illustrando l'innovazione di Tesi per pilotare le attività di pdv.

Un partner affidabile, rapido e flessibile

In occasione della Convention di Taormina, Tesi ha riaffermato la propria "filosofia" e illustrato un'offerta che le recenti acquisizioni e partnership hanno ulteriormente rafforzato. "Mantenere un'elevata qualità a costi competitivi – ha affermato il direttore generale Giuseppe Pacotto –, avvicinare le problematiche attraverso centri di competenza specializzati, per processi selezionati e aree tecnologiche, investire in ricerca e sviluppo, garantire rapidità di esecuzione e flessibilità di struttura: ecco i pilastri della nostra missione".

Quanto all'offerta, Tesi l'ha strutturata in tre linee di business, in grado di rispondere in modo sempre più puntuale alle esigenze della clientela: retail & logistica (50% fatturato, 80 addetti); B2B & industria (28% fatturato, 42 addetti); organizzazione & servizi (22% fatturato, 36 addetti). "Senza dimenticare – ha sottolineato Pacotto – le altre società del Gruppo, che completano l'of-



Giuseppe Pacotto, direttore generale Tesi.

ferta con le loro specificità di nicchia (tracciabilità, privacy e sicurezza, ecc.) e hanno consentito di aumentare del 20% il giro d'affari del Gruppo. Ne è derivata una struttura semplice, lineare e focalizzata, pronta a cogliere le sinergie tra settori diversi: da qui una crescita continua e la forte fidelizzazione dei clienti. Ecco perché guardiamo con fiducia alle sfide dei prossimi anni e possiamo affermare che per le aziende del retail – e non solo – scegliere Tesi significa utilizzare l'It senza pensare più all'It".