

20 Settembre 2017

Notizie dal Web n. 29



Ottimizzare la Supply Chain



La logistica è un'attività spesso sottovalutata dalle aziende italiane, ma questa, se ben gestita, può portare eccellenti risultati al proprio business. La Supply Chain Management, letteralmente "Gestione della Catena di Fornitura", ovvero la gestione dei flussi, dei processi, e delle informazioni ad essa correlate, se ottimizzata può migliorare la marginalità di un'azienda, **umentando le vendite, riducendo i costi e migliorando l'intero ciclo produttivo.**

La logistica, tradizionalmente intesa come mera attività di trasporto e stoccaggio di merci, si è profondamente evoluta nel tempo. Essa è diventata sempre più una **funzione strategica** all'interno dell'impresa, spesso assumendo un ruolo propulsore ed integratore alle diverse attività aziendali, offrendo inoltre all'impresa nuovi strumenti per competere nei mercati globali.

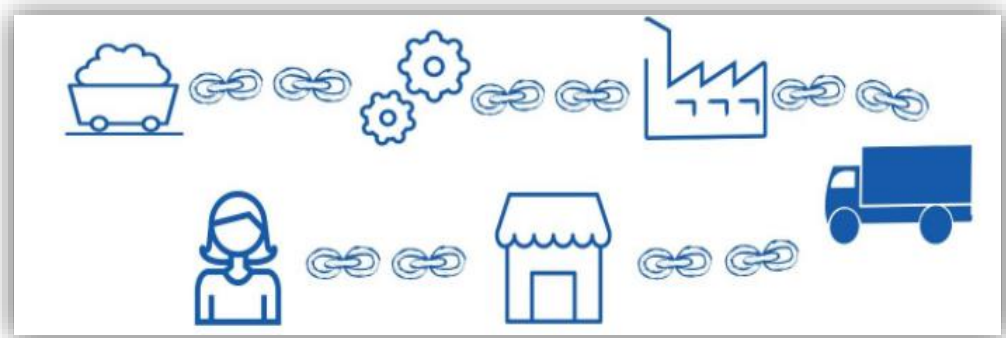
COS'È LA SUPPLY CHAIN?

Letteralmente è la "*catena di fornitura*", o in altre parole la "strada" che un bene percorre partendo dal produttore della materia prima fino ad

arrivare al consumatore finale, attraversando i diversi processi di trasformazione.

In un lontano passato, le imprese avevano solitamente all'interno del proprio perimetro aziendale l'intero processo e gestivano direttamente tutte le attività. Col tempo, ogni fase è spesso diventata una realtà indipendente separando di fatto l'integrità del processo e rendendone difficile o impossibile la gestione. L'avvento delle nuove tecnologie, ha reso nuovamente possibile il governo dell'intero processo mantenendo e rispettando l'indipendenza dei diversi attori.

Graficamente la Supply Chain si può rappresentare come una *catena* composta da diversi anelli collegati tra di loro. Ogni anello rappresenta ciascuna attività e i diversi luoghi di giacenza o manipolazione delle merci.



COS'È LA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT?

Per minimizzare gli sforzi e massimizzare i risultati è necessario gestire fase per fase il lungo e tortuoso cammino seguito da un bene, che partendo dal produttore arriva fino al consumatore finale; questo è il compito attribuito sulla **Supply Chain Management**.

E' possibile, pertanto, definire la **Supply Chain Management (SCM)** come una *“strategia di business per migliorare il valore di un'impresa attraverso l'ottimizzazione dei flussi, dei processi e dei servizi e delle informazioni correlate alla catena del valore”* [definizione: Gartner Group].

Gestire in modo efficace la Supply Chain richiede pertanto la supervisione delle relazioni con fornitori e clienti, il controllo dei magazzini (anche a monte e a valle dell'impresa), la previsione della

domanda ed infine un monitoraggio costante su ciò che accade in ogni fase della catena del valore.



La Supply Chain Management si riferisce, dunque, alla gestione dei beni, delle informazioni, dei flussi monetari, a partire dall'approvvigionamento delle materie prime fino al cliente finale e viceversa.

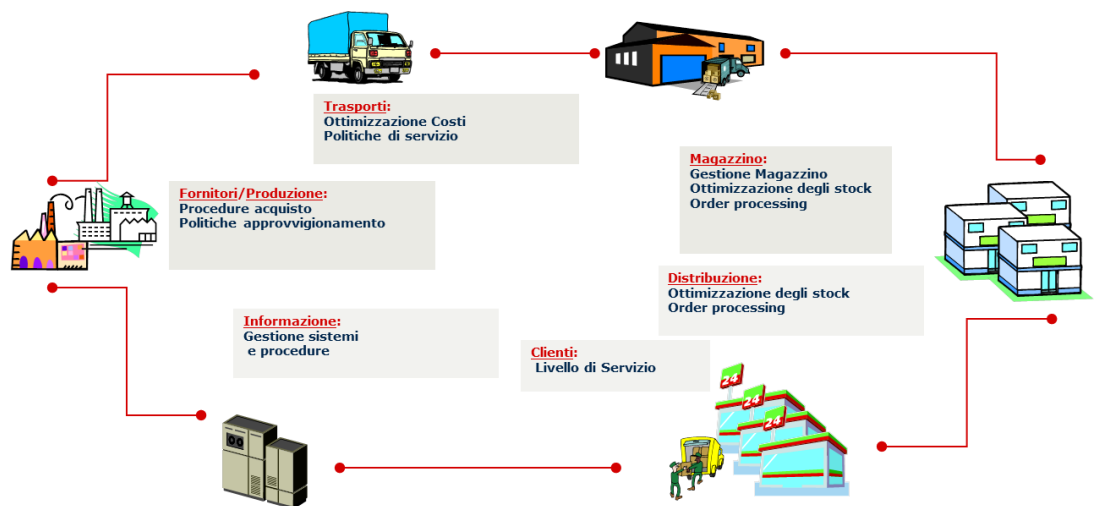
La Supply Chain Management ha come obiettivi:

- **Aumentare le vendite;**
- **Ridurre i costi logistici;**
- **Migliorare la produzione.**

Tutto ciò si ottiene attraverso l'ottimizzazione dei processi, ed in particolare ottimizzando quelli relativi alla comunicazione tra tutti i partecipanti alla catena: fornitori, produttori, distributori e dettaglianti.

Sviluppare un approccio sistemico alla gestione della Supply Chain, integrato con gli obiettivi di strategia aziendale è un fattore essenziale per il conseguimento e il **mantenimento del vantaggio competitivo**.

Gestire la Supply Chain vuol dire effettuare adeguamenti informatici e organizzativi in un *continuum* operativo, adattamenti che coinvolgono anche fornitori e clienti, necessari per poter ottenere efficienze e sinergie, creando infine valore.



PERCHÉ È SEMPRE PIÙ NECESSARIO GESTIRE LA SUPPLY CHAIN?

I fattori esterni che rendono la gestione della Supply Chain una necessità sempre più attuale per le aziende sono molti, e tra i principali troviamo:

- Il continuo **aumento della complessità** della gamma prodotto (crescita numero articoli);
- L'**aumento significativo di nuovi prodotti**, e la conseguente riduzione del loro ciclo di vita;
- I **maggiori costi di trasporto** e la difficoltà di reazione a impreviste variazioni della domanda (es. forniture da paesi asiatici);
- La **turbolenza dei mercati** e l'imprevedibilità crescente nel contesto esterno;
- L'**incremento della frequenza delle consegne**, derivante dalla diminuzione delle scorte presso i clienti;
- Le **minori quantità di spedizione del prodotto singolo**, a fronte dello aumento di mix prodotti per ogni consegna;
- La **rigorosa puntualità delle consegne**, richiesta sia dai sistemi produttivi sia dai clienti (Just In Time);
- L'**affidabilità delle consegne ai punti vendita** al dettaglio (Retailing);
- La diffusione di internet e quindi dell'**e-commerce**.

“DAI FORNITORI DEI TUOI FORNITORI AI CLIENTI DEI TUOI CLIENTI”

Oggi è raro che un'azienda completi in sé stessa tutto il ciclo che realizza il suo business. Tipicamente, un'impresa è un anello di una catena che comprende altre entità (subfornitori, distributori, partner commerciali, ecc.) e che raggiunge, infine, i clienti.

Ottimizzare tutta la catena non significa quindi solo intervenire nelle attività interne di ogni anello, ma agire anche sulle interazioni tra gli anelli stessi. Ciò presuppone l'utilizzo di strumenti specifici e la collaborazione tra le diverse funzioni aziendali, oltre che tra i partner della catena.

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Brescia

Via Oberdan 5/7
25128 Brescia
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1,
LD Ruparel -
Marg Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817