

• Corso di Progettazione dei Sistemi Produttivi e Logistici



IL SISTEMA DISTRIBUTIVO

Prof. Fabrizio Dallari

Direttore C-log
Università C. Cattaneo LIUC



Il sistema distributivo

• INDICE

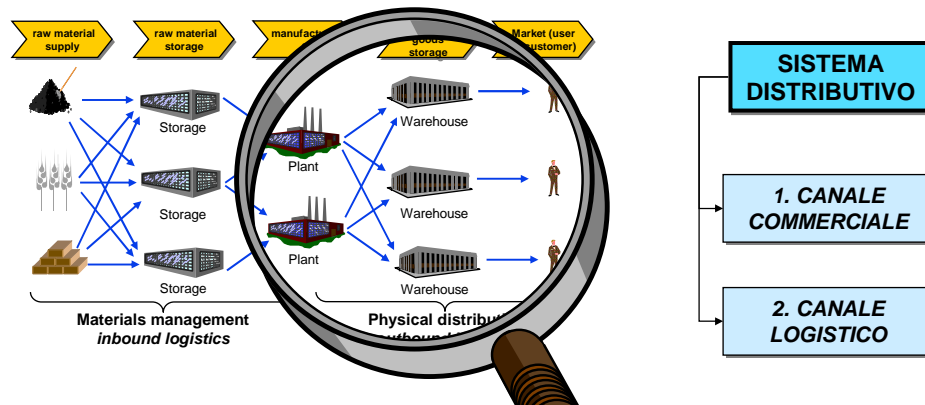
- Il sistema distributivo e la struttura commerciale
- Tipologia di reti logistico-produttive
- La razionalizzazione delle reti distributive
- La localizzazione dei "poli logistici"

Il sistema distributivo



IL SISTEMA DISTRIBUTIVO

Sistema distributivo: Insieme delle risorse e delle strutture, aziendali ed extra-aziendali, mediante le quali i beni ed i relativi servizi vengono venduti e trasferiti ai clienti



Il sistema distributivo



IL CANALE COMMERCIALE

Insieme delle strutture e delle risorse idonee a consentire il trasferimento di proprietà dei beni dal produttore al consumatore

TIPOLOGIE DI INTERMEDIARI

- *intermediari funzionali:* filiali, agenti di commercio monomandatari / plurimandatari, brokers, ...
- *intermediari completi:* grossisti, distributori, concessionari esclusivi, concessionari non esclusivi, ...
- *intermediari misti:* gruppi di acquisto, unioni volontarie, franchising, ...

A – canale diretto: non ci sono intermediari commerciali che acquistano la proprietà del bene

B – canale indiretto: si utilizzano intermediari commerciali che acquistano la proprietà del bene

B1 breve: opera un solo intermediario commerciale

B2 lungo: operano due o più intermediari commerciali

Tanto più il canale è lungo, tanto più difficile risulterà controllarlo da parte del produttore

Il sistema distributivo



● IL CANALE COMMERCIALE

TIPOLOGIE DI INTERMEDIARI

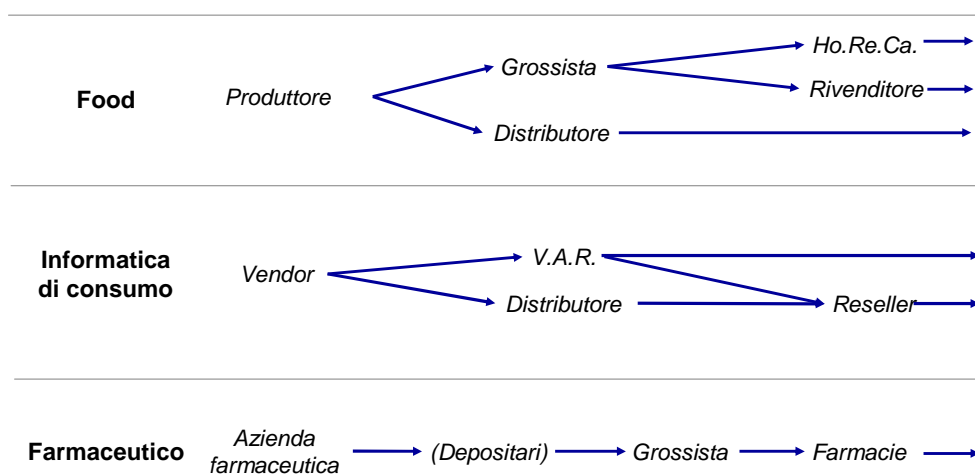
- **Grossisti:** acquisiscono la proprietà e rivendono piccole quantità al dettaglio; offrono un assortimento di prodotti complementari; concorrono con la grande distribuzione (Cash & Carry: sistema di self-service per i dettaglianti)
- **Dettaglianti:** vendono direttamente al consumatore finale
- **Agenti:** non acquistano la proprietà e operano per conto di un mandante; provvigione sugli acquisti; rappresentano prodotti tra loro non concorrenti (anche import-export, mediatori)
- **Società commerciali di servizi:** assistono le imprese in funzioni diverse da acquisto e vendita (società di trasporto, magazzini, banche, assicurazioni)

Il sistema distributivo



● IL CANALE COMMERCIALE

ESEMPI



Il sistema distributivo



● CANALE COMMERCIALE: TIPOLOGIE DI OPERATORI

Fanno parte del settore della "Grande Distribuzione alimentare" gli intermediari commerciali di prodotti in prevalenza alimentari, appartenenti a:

- **Imprese a succursali:** caratterizzate da una struttura centralizzata, cui fa capo una rete costituita da punti di vendita diretti o in affiliazione, generalmente despecializzati, di diversa superficie. La presenza territoriale può essere nazionale o limitata ad un ambito regionale o interregionale. All'interno di questa tipologia comprendiamo anche le aziende cooperative.
- **Unioni volontarie:** organizzazioni di dettaglianti promosse da uno o più grossisti al fine di organizzare in comune gli acquisti e le politiche di sviluppo delle vendite.
- **Gruppi di acquisto:** associazione tra soli dettaglianti promossa principalmente per effettuare gli acquisti mediante un'unica centrale e per svolgere azioni promozionali comuni.

Il sistema distributivo



● TIPOLOGIE DI CANALI NEL SETTORE "GROCERY"

GRANDE DISTRIBUZIONE (PdV a libero servizio)	Coop, Rinascente, SMA, Upim, Iper, GS, Standa Esselunga, PAM, ..	Metro, Lombardini,	DISTRIBUZIONE ALL'INGROSSO (cash & carry)
DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA (unioni volontarie+ gruppi d'acquisto)	Conad, CRAI, Sigma, ... Despar, Vegè, A&O ...	Bennet, Unes, Parmapiù, Il Gigante	AFFILIATI / INSEGNE INDIPENDENTI (PdV a libero servizio)
DETTAGLIO TRADIZIONALE (negozi)		Lidl, IN's	DISCOUNTER (hard discount)
VENDITE DIRETTE (corrispondenza/catalogo)	Bo-Frost, F.Ili Carli, F. Giordano, ...	Volendo, Spesaclick, IoVorrei	SHOPPING "ON-LINE" (e-commerce B2C)

Il sistema distributivo



LE CENTRALI D'ACQUISTO



Il sistema distributivo

LE CENTRALI D'ACQUISTO

	PRINCIPALI ADERENTI	% MERCATO	P.d.V IPER/SUPER.
ITALIA DISTRIBUZIONE	COOP, CONAD	26,9	1896
INTERMEDIA	AUCHAN-LA RINASCENTE PAM, SUN, LOMBARDINI, BENNET	17,1	819
CARREFOUR	CARREFOUR, GS, FINIPER, UNES, IL GIGANTE	16,1	558
ESD	ESSELUNGA, SELEX, AGORA	15,1	816
MECADES	METRO, DESPAR, ALIGROSS SISA, INTERDIS	10,7	1401
SIRIO+CRAI	SIGMA, PICK UP, CRAI	4,6	735
MDO		2,8	495
BILLA-STANDA		2,7	212
C3		2,3	183

Il sistema distributivo

● CANALE COMMERCIALE: LA NORMATIVA

Il D. Lgs. 114/98 (Decreto "Bersani"), ha riformato la disciplina relativa al settore del commercio.

Le principali novità della disciplina, operante dal 24 aprile 1999, sono:

1. il passaggio da 14 tabelle a 2 settori merceologici (alimentare e non alimentare);
2. quattro tipologie di esercizi commerciali di vendita al dettaglio in sede fissa.
 - **Esercizi di vicinato:** superficie di vendita < 250 mq (in funzione del numero di abitanti del comune)
 - **Medie strutture di vendita:** superficie di vendita compresa tra 250 - 2.500 mq
 - **Grandi strutture di vendita:** superficie di vendita > 2.500 mq
 - **Centri commerciali:** medie o grandi strutture di vendita nelle quali più esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente.
3. la possibilità di aprire uno spaccio interno, vendere per corrispondenza, vendere attraverso apparecchi automatici, vendere a domicilio;
4. la possibilità di scegliere l'orario di apertura nella fascia dalle 7.00 alle 22.00, con un massimo di 13 ore giornaliere e non osservare la mezza giornata di chiusura settimanale

Il sistema distributivo



● CANALE COMMERCIALE: TIPOLOGIE DI PUNTI VENDITA

A) SULLA BASE DEI SERVIZI OFFERTI (Forma Distributiva)

DETTAGLIO

- Negozi tradizionali
- Superettes
- Supermercati
- Ipermercati
- Centri Commerciali

INGROSSO

- Ingrosso Tradizionale
- Cash & Carry

B) SULLA BASE DELL'ORGANIZZAZIONE DELL'AZIENDA

INDIPENDENTI: unico punto vendita o a succursali (supermercati e ipermercati)

ASSOCIATE: gruppi di acquisto fra dettaglianti, grossisti e dettaglianti, franchising

COOPERATIVE DI CONSUMO

Il sistema distributivo



● CANALE COMMERCIALE: TIPOLOGIE DI PUNTI VENDITA

C) SULLA BASE DEGLI ASSORTIMENTI

AMPIEZZA	Elevata	P.d.V. DESPECIALIZZATI - GROCERY - Beni di Largo Consumo	P.d.V. PLURISPECIALIZZATI - GRANDE MAGAZZINO
	Contenuta	P.d.V. MARGINALI - DISCOUNT - DI PROSSIMITA'	P.d.V. SPECIALIZZATI - NON GROCERY

Contenuta **PROFONDITA'** Elevata

Il sistema distributivo



● PROFONDITÀ DEGLI ASSORTIMENTI (n° referenze)

REPARTI	SUPER PICCOLO (600mq)	SUPER MEDIO (1.000mq)	SUPER GRANDE (2.500 mq)	IPER PICCOLO (4.000 mq)	IPER GRANDE (7.500 mq)
Salumi latticini e uova	421	522	578	736	965
Altro deperibile trasformato	159	202	216	267	333
Bevande	692	862	959	956	1.038
Drogheria alimentare	2.225	2.766	3.181	3.363	3.603
Freddo	253	328	365	375	459
Cura casa	515	649	784	867	1.041
Cura persona	696	1.078	1.263	1.627	2.548
Bazar	516	822	2.109	5.477	9.969
Elettrodomestici	123	170	256	1.004	3.235
Tessile	192	270	795	2.342	4.322
TOTALE *	5.792	7.669	10.506	17.014	27.513

Il sistema distributivo



GDO alimentare: la struttura del prezzo al consumo

	%	
ACQUISTO DI MERCI · marche commerciali · marche industriali	73-75	In diminuzione grazie a sinergie negli acquisti, accordi con i fornitori e sviluppo dei prodotti a marca commerciale
ATTIVITA' OPERATIVE · costi del personale · logistica · commercializzazione	19-21	In aumento, in relazione all'ampliamento delle reti di vendita
PUBBLICITA' E PROMOZIONE	4-6	In aumento, soprattutto gli investimenti in promozioni per stimolare consumi in netto calo
MARGINE	0-2	In calo, a causa dei maggiori costi sostenuti
PREZZO DI VENDITA	100	

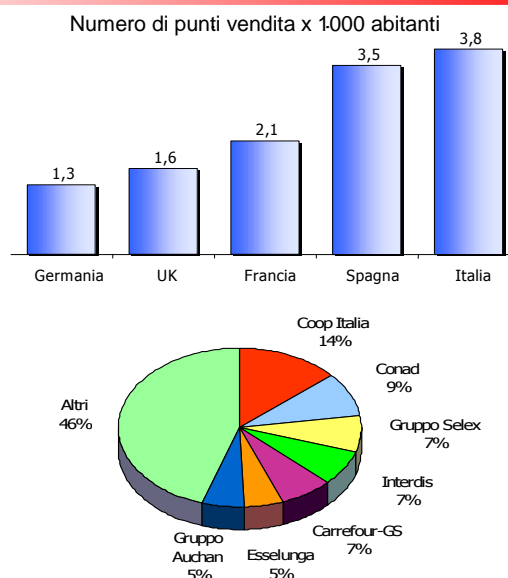
* Fonte Databank, 2003

Il sistema distributivo



Il settore della GDO in Italia

- 400 aziende
- 22.000 unità di vendita
- 320.000 addetti
- 80 mld € fatturato
- 80% degli acquisti gestito dalle prime 5 centrali d'acquisto
- Super&Iper format prevalenti (67%)
 - 91 iper > 8000 m²
 - 177 iper < 8000 m²
 - 327 superstore (2500-5000 m²)
 - 7.526 supermercati
 - 7.924 superette
 - 2.953 discount

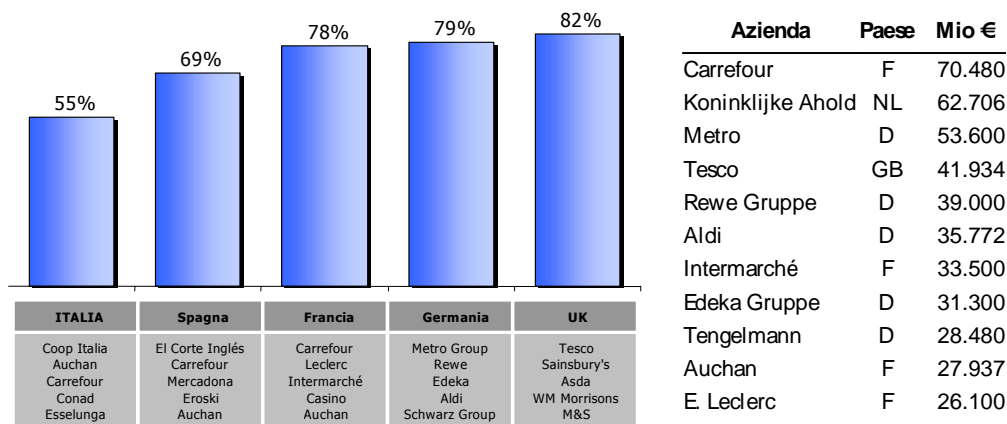


Il sistema distributivo



GDO alimentare: le principali aziende in Europa

Frammentazione della distribuzione moderna in Italia: quota dei primi 5 retailer



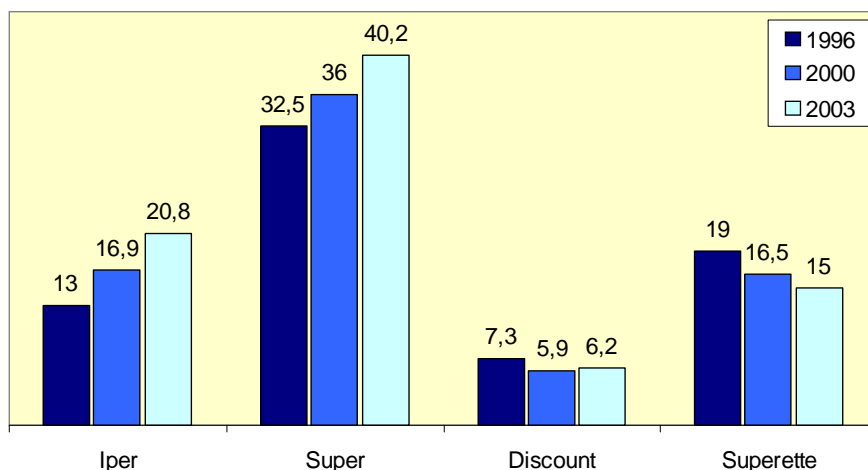
* Fonte FAID, 2003

Il sistema distributivo



DISTRIBUZIONE DEI BENI DI LARGO CONSUMO

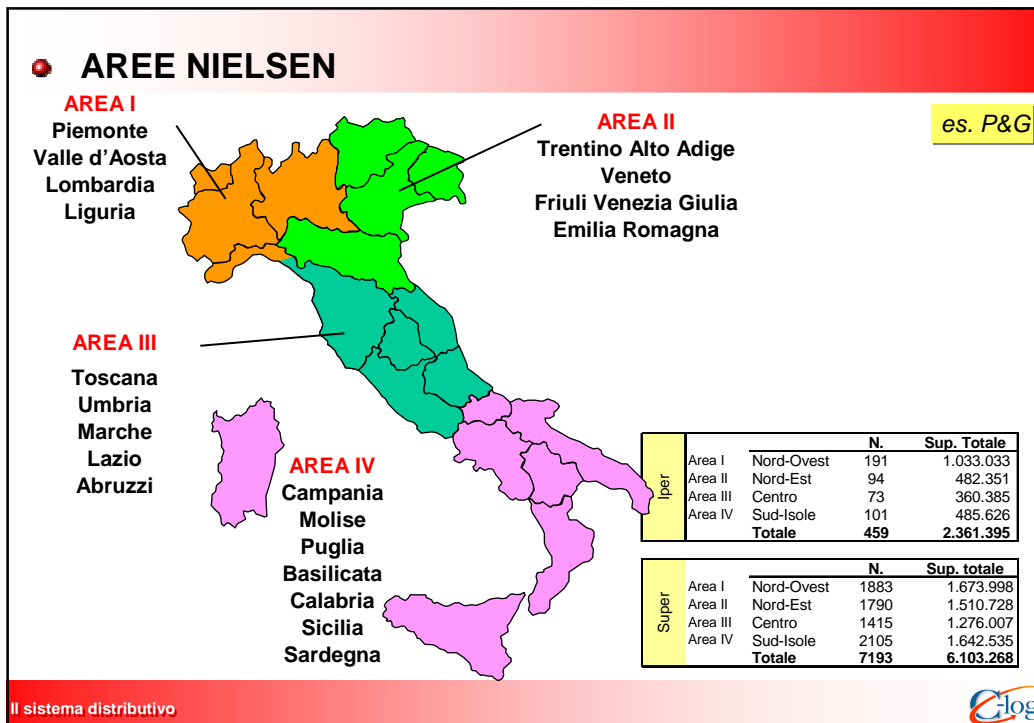
Le quote di mercato dei diversi "format" distributivi (% su giro d'affari)



Fonte: AC Nielsen, 2003

Il sistema distributivo





DISTRIBUZIONE MODERNA: I FATTORI DI SUCCESSO

I fattori sui quali si gioca attualmente la competizione fra gli operatori sono:

- ❑ **il livello di servizio:** le caratteristiche strutturali dell'unità distributiva (edificio, parcheggio), la sua comodità e appeal (punti di ristoro, zone di relax), la cortesia e competenza del personale, la gestione dei reclami, la sostituzione dei prodotti, l'informazione alla clientela, etc
- ❑ **il prezzo,** la cui importanza è tornata attuale in un periodo di forte incertezza economica e di crisi dei consumi ed dall'introduzione dell'euro che ha modificato la percezione di convenienza agli occhi del consumatore.
- ❑ **la qualità,** che ha acquisito importanza in seguito ai recenti scandali alimentari (mucca pazza, OGM, etc.). La qualità, nelle sue varie declinazioni, rappresenta però anche un'importante leva di marketing e competitiva in mano ai distributori.
- ❑ **l'immagine dell'insegna** sono sempre più frequenti le iniziative dei distributori volte a creare una propria immagine di insegna, in virtù anche del basso livello di fedeltà che lo caratterizza.
- ❑ **la logistica:** veste un ruolo cruciale, sia come strumento di contenimento dei costi, sia come funzione capace di accrescere gli standard di servizio dell'insegna e di conseguenza la sua immagine.

Il sistema distributivo



● DISTRIBUZIONE MODERNA: LA LOGISTICA

Le soluzioni adottate dalle aziende della distribuzione alimentare sono differenti, ma comunque riconducibili ai seguenti orientamenti:

- riduzione del numero dei Ce.Dj. che, consentendo una riduzione degli spazi immobiliari, delle attrezzature, del personale e delle scorte, contribuisce al contenimento dei costi;
- sviluppo dei sistemi informativi ai fini, sia dell'efficienza gestionale interna, sia della comunicazione con i fornitori attraverso l'utilizzo di standard comuni;
- terziarizzazione dei processi operativi (magazzinaggio, trasporto, handling, ecc.);
- maggior collaborazione con l'industria, con l'obiettivo di ridurre il ciclo dell'ordine, aumentare la disponibilità a scaffale dei prodotti, evitare le rotture di stock (**ECR**)

Gli sforzi di razionalizzazione logistica sono più evidenti presso :

- le realtà cooperative
- i gruppi di acquisto e le unioni volontarie

che cercano di limitare le inefficienze presenti in sistemi organizzativi complessi, in cui opera una pluralità di imprese, con format distributivi non coerenti tra loro e con diverse insegne.

Il sistema distributivo



● CANALE COMMERCIALE: E.C.R.

A livello logistico lo sviluppo più interessante di questi ultimi anni ha riguardato il progetto ECR, terreno di confronto tra Industria di Marca e Distribuzione

Sviluppatosi a partire dagli anni '90 con lo scopo di rendere più efficienti le relazioni fornitore-cliente, di ridurre i costi logistici realizzando un'equa suddivisione dei vantaggi qualitativi e quantitativi fra produzione - distribuzione - consumatore finale, attraverso lo studio, la diffusione e l'applicazione di strumenti di raccordo fra le stesse.

Nonostante l'indubbio successo del progetto ECR, che ha avuto soprattutto il merito di porre all'attenzione degli operatori la necessità di relazionarsi in base al paradigma della "cooperazione", piuttosto che su quello "dell'antagonismo", sono emersi evidenti limiti.

In particolare il progetto non si è esteso alle realtà industriali di medie dimensioni, coinvolgendo unicamente i grandi gruppi industriali multinazionali. Inoltre molta strada rimane da fare per superare barriere e incomprensioni che limitano la collaborazione tra industria e distribuzione.

Progetti relativi al CRM (Customer Relationship Management) nascono dall'esigenza di sviluppare relazioni personalizzate con il consumatore avvalendosi di tecnologia informatica (carte fedeltà, scanner delle casse, ecc.), per mezzo della quale è possibile analizzare gusti, comportamenti, esigenze dei clienti al fine di approntare piani di marketing mirati.

Il sistema distributivo



● IL PROGETTO E.C.R. Efficient Consumer Response

Contesto competitivo in Italia all'inizio del 1994:

- concorrenza delle catene di *hard discount*
- recessione economia nazionale
- diminuzione consumi delle famiglie

Riduzione dei margini di profitto sia per IDM che GDO



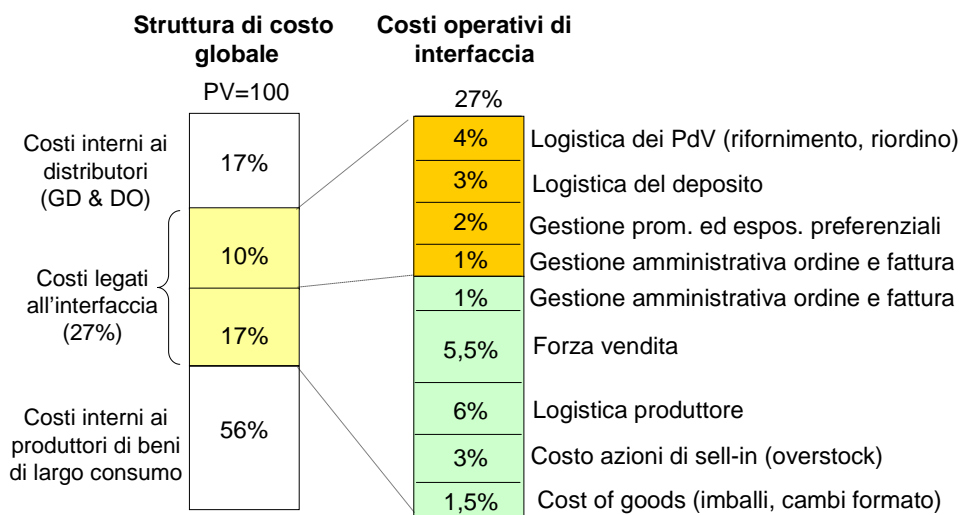
Necessità di un coordinamento delle attività logistiche con una riprogettazione globale dei processi logistici per:

- ridurre i costi operativi di interfaccia (27% del costo globale)
- ridurre i costi legati alle attività interne dei singoli soggetti

Il sistema distributivo



● IL PROGETTO E.C.R. Efficient Consumer Response

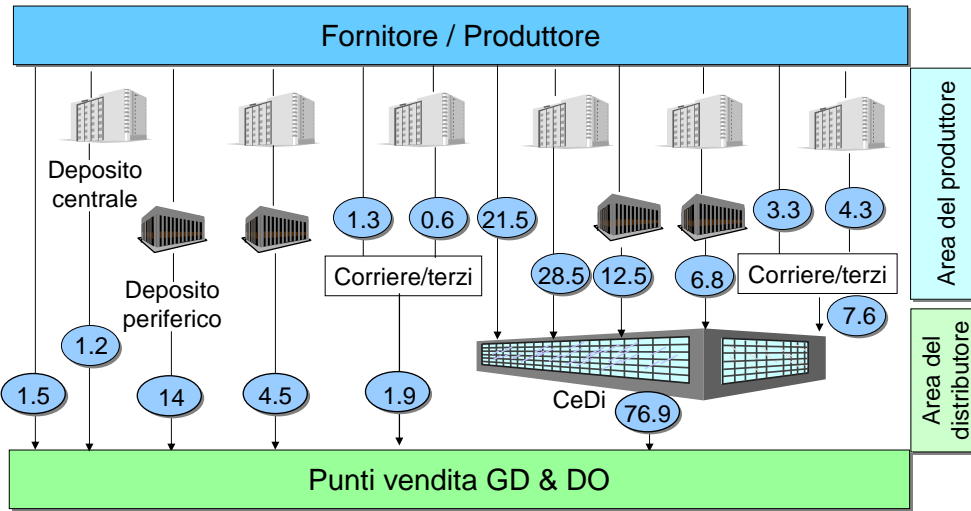


Il sistema distributivo



LA FILIERA DEL "GROCERY" (o F.M.C.G.)

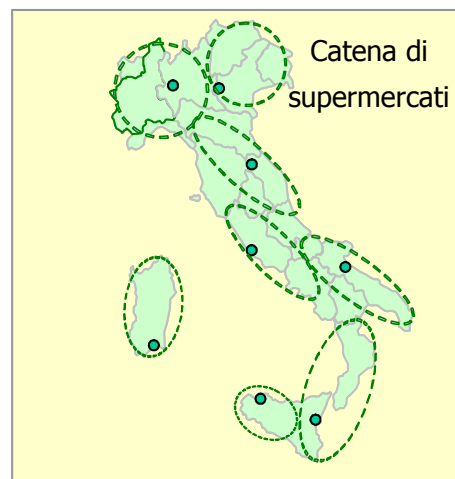
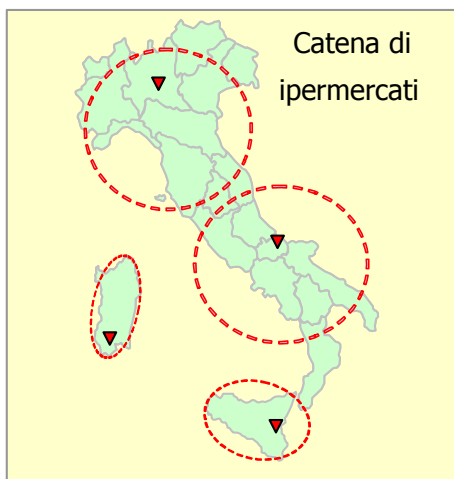
Ripartizione dei flussi logistici (% sul fatturato)



Il sistema distributivo



CANALE COMMERCIALE: I Ce.Di.

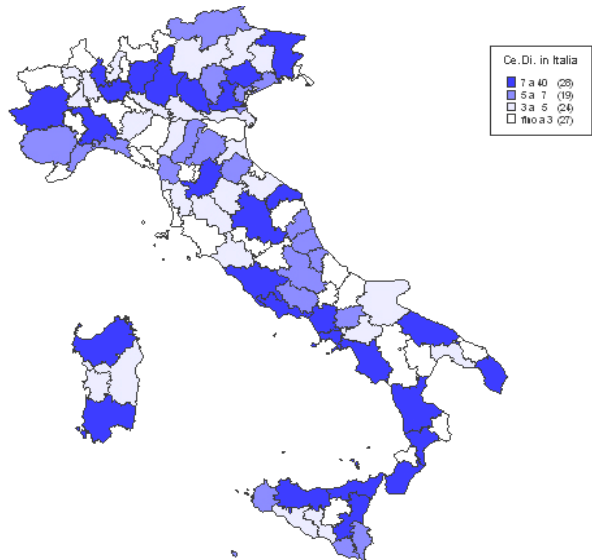


Il sistema distributivo



● IL SETTORE DELLA GDO IN ITALIA

- ❑ 500 Ce.Di. primari
 - medi: 20.000 m² e 25 mio colli annui, 30/40 baie
 - grandi : 40.000 m² e 40 mio colli annui, 80/90 baie
- ❑ 9.000 referenze (grocery)
- ❑ ABC: 80% dei movimenti con il 15% delle referenze
- ❑ Copertura scorte (grocery): 12 - 16 gg
- ❑ Altezza sotto trave Ce.Di.: 10 m
- ❑ Rapporto superficie coperta su totale: < 50%
- ❑ Fattore di forma tra i 2 lati dell'edificio 2:1
- ❑ Produttività picking media: 150 colli/ora



Il sistema distributivo



● INDICE

- ❑ Il sistema distributivo e la struttura commerciale
- ❑ Tipologia di reti logistico-produttive
- ❑ La razionalizzazione delle reti distributive
- ❑ La localizzazione dei "poli logistici"

Il sistema distributivo

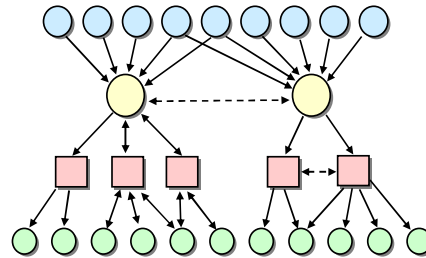


● IL CANALE LOGISTICO-PRODUTTIVO

Insieme delle risorse e delle strutture, idonee a consentire il flusso fisico delle **merci** dai produttori ai clienti, delle **informazioni** dai clienti ai produttori e viceversa (recupero degli imballaggi e dei prodotti dismessi, supporto tecnico all'assistenza post-vendita)

IL CANALE LOGISTICO COMPRENDE:

- **la rete distributiva**, i cui **NODI** sono costituiti dai depositi (di fabbrica, centrali, periferici, transit point) e dai punti vendita
- **i sistemi di trasporto (ARCHI)** che connettono i nodi della rete

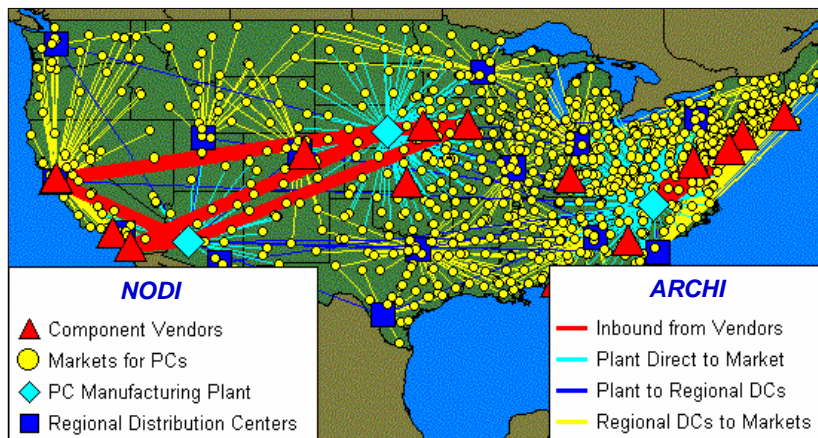


Il sistema distributivo



● IL CANALE LOGISTICO-PRODUTTIVO

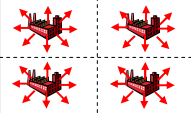
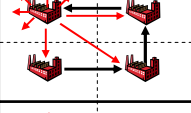
Esemplificazione mediante software di una rete distributiva in cui sono evidenziati le diverse tipologie di nodi (di origine e di destinazione) e di archi di connessione.



Il sistema distributivo




● ASSETTI PRODUTTIVI

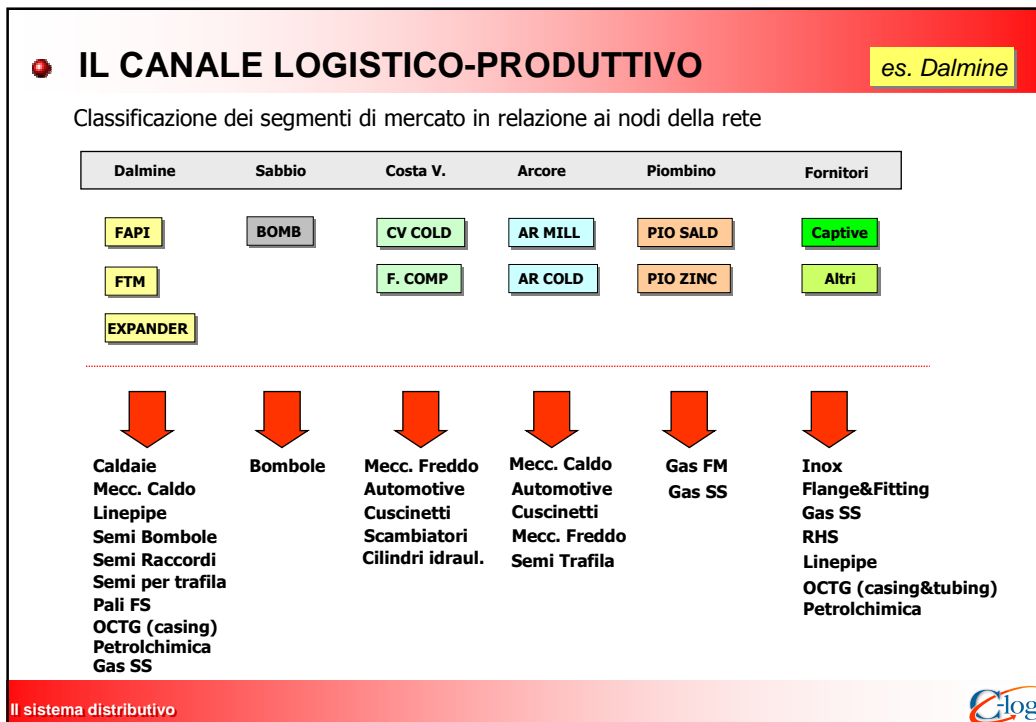
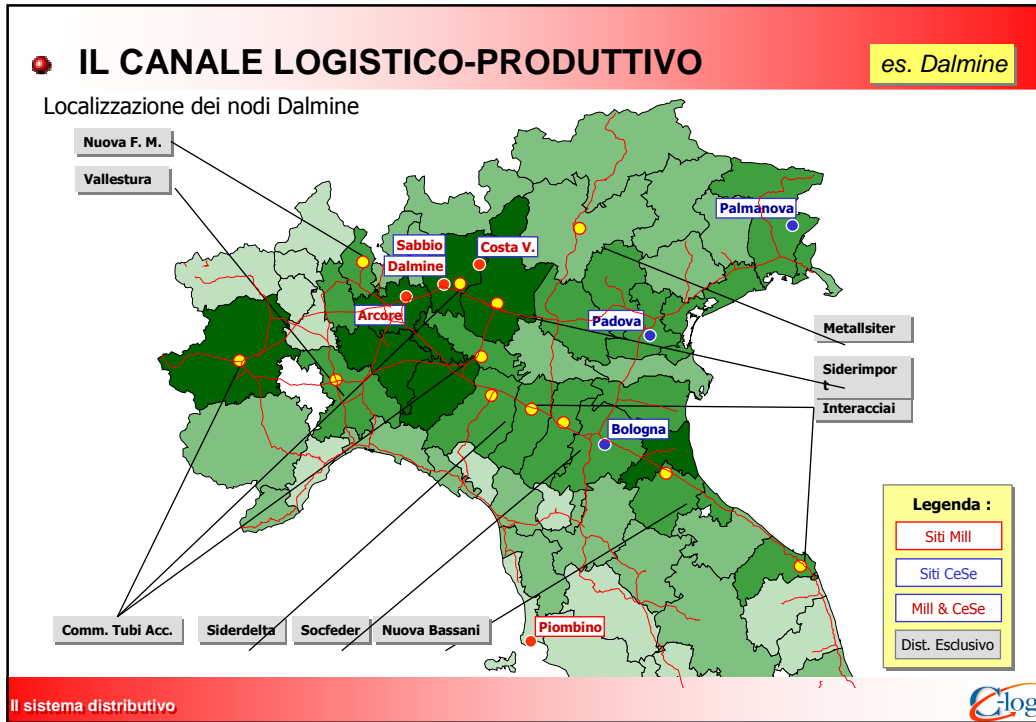
	<p>Classico : ogni paese ha un <i>plant</i> che produce solo (o quasi) per quel paese</p>
	<p>Concentrato : esiste un <i>plant</i> in un solo paese che produce per tutto il mondo (o continente)</p>
	<p>Misto : ogni <i>plant</i> produce per il mercato locale e, per una gamma di prodotti, anche per il mercato globale. Il <i>sourcing</i> è centralizzato (i <i>plant</i> si riforniscono dal paese dove conviene di più (es. elettronica, giocattoli)</p>
	<p>Sequenziale : ogni <i>plant</i> produce un semilavorato che viene completato da un <i>plant</i> successivo. Il prodotto viene costruito gradualmente. Dall'ultimo <i>plant</i> parte la distribuzione per tutto il mondo (es. semiconduttori, TLC)</p>
	<p>Confluenza : ogni <i>plant</i> produce, utilizzando in prevalenza componentistica locale, una o più parti che invia allo stabilimento di montaggio finale (es. automobili, calcolatori, satelliti, ecc.)</p>

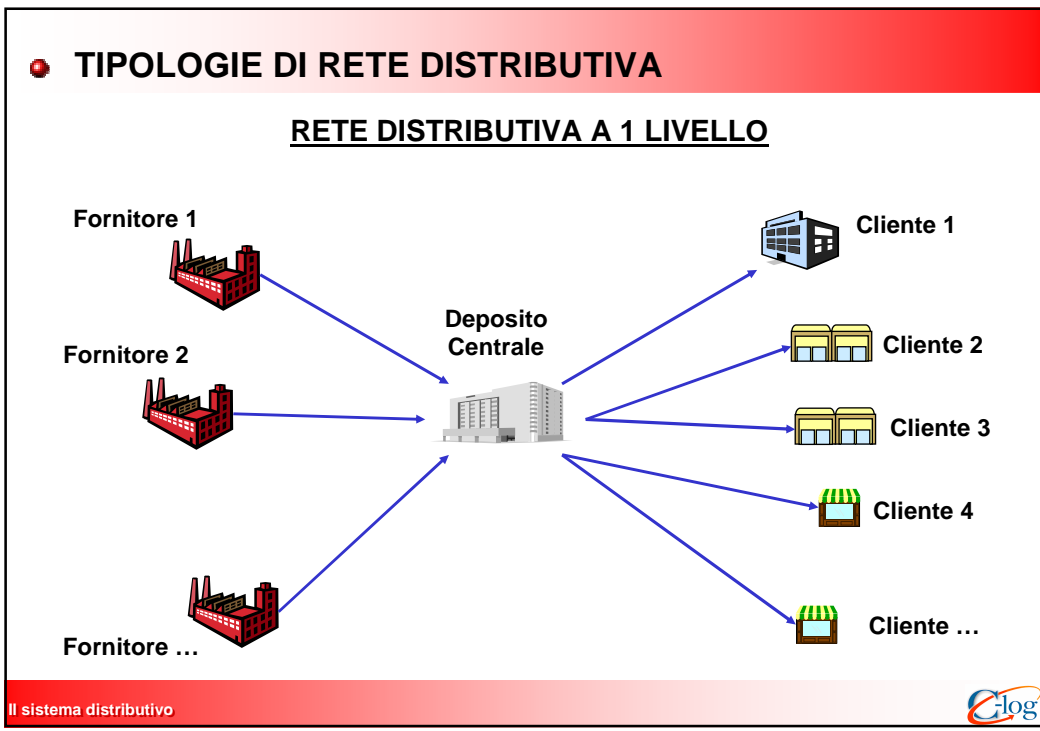
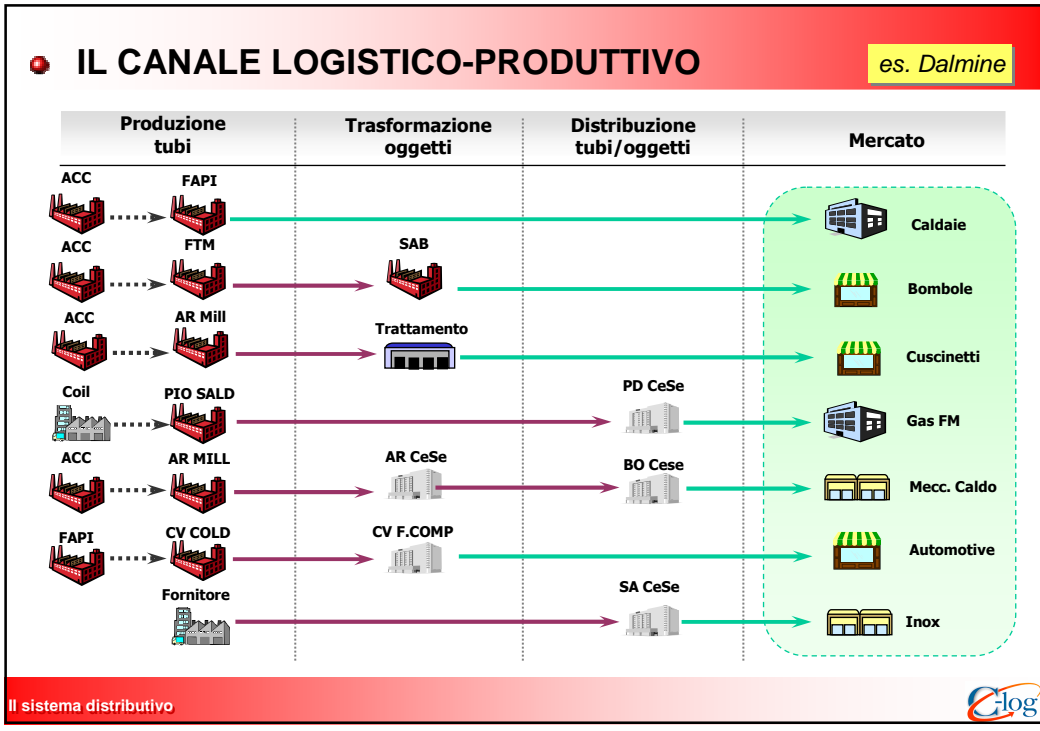
Il sistema distributivo 

● ASSETTI PRODUTTIVI

<table style="margin: auto;"> <tr> <td></td> <td>America</td> <td>Europe</td> <td>Other</td> </tr> <tr> <td>Suppliers</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Production</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Market</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </table>		America	Europe	Other	Suppliers	●	●	●	Production	●	●	●	Market	●	●	●	<table style="margin: auto;"> <tr> <td></td> <td>America</td> <td>Europe</td> <td>Other</td> </tr> <tr> <td>Suppliers</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Production</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Market</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </table>		America	Europe	Other	Suppliers	●	●	●	Production	●	●	●	Market	●	●	●
	America	Europe	Other																														
Suppliers	●	●	●																														
Production	●	●	●																														
Market	●	●	●																														
	America	Europe	Other																														
Suppliers	●	●	●																														
Production	●	●	●																														
Market	●	●	●																														
<table style="margin: auto;"> <tr> <td></td> <td>America</td> <td>Europe</td> <td>Other</td> </tr> <tr> <td>Suppliers</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Production</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Market</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </table>		America	Europe	Other	Suppliers	●	●	●	Production	●	●	●	Market	●	●	●	<table style="margin: auto;"> <tr> <td></td> <td>America</td> <td>Europe</td> <td>Other</td> </tr> <tr> <td>Suppliers</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Production</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> <tr> <td>Market</td> <td>●</td> <td>●</td> <td>●</td> </tr> </table>		America	Europe	Other	Suppliers	●	●	●	Production	●	●	●	Market	●	●	●
	America	Europe	Other																														
Suppliers	●	●	●																														
Production	●	●	●																														
Market	●	●	●																														
	America	Europe	Other																														
Suppliers	●	●	●																														
Production	●	●	●																														
Market	●	●	●																														

Il sistema distributivo 



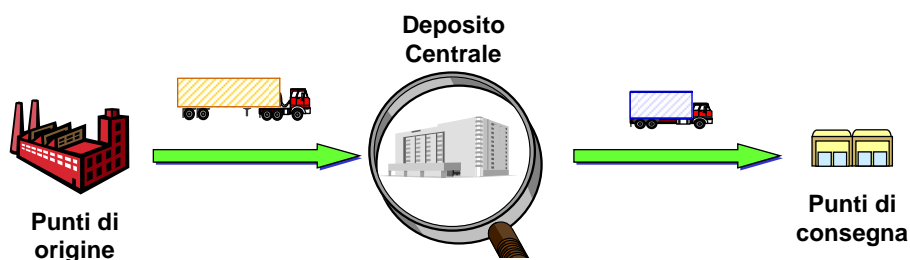


● IL RUOLO DEI DEPOSITI CENTRALI

Garantire la completezza di gamma nel caso di fabbriche e/o fornitori focalizzati su parte della gamma

Garantire un buon compromesso tra tempi di ciclo rapidi e scorte di sicurezza basse

Ottimizzare il trasferimento della merce dai punti di origine ai punti di consegna



Il sistema distributivo



● IL RUOLO DEI DEPOSITI CENTRALI

I flussi fisici gestiti presso il deposito centrale possono essere di tre tipi:

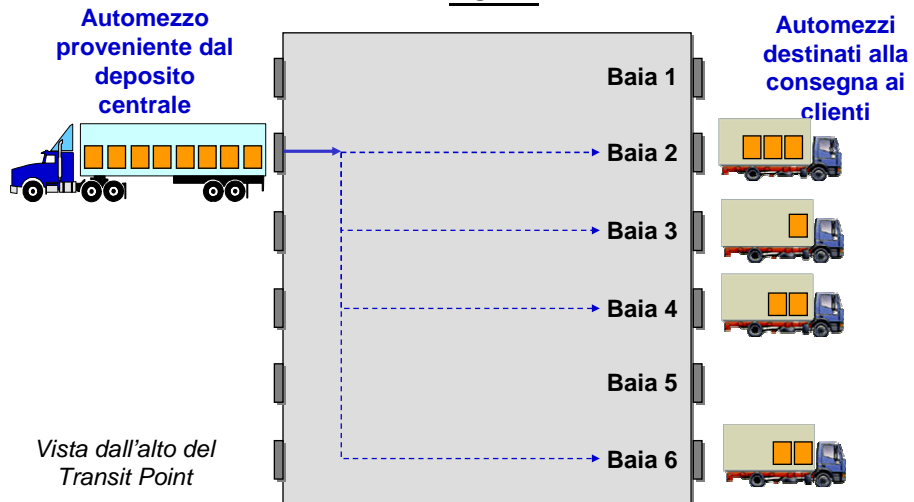
- **gestione a stock:** l'ordine del cliente / punto vendita è soddisfatto a partire dallo stock presente nel Magazzino Centrale
- **gestione "cross-docking":** l'ordine del cliente / punto vendita è soddisfatto direttamente dal fornitore, il quale invia al magazzino centrale l'intero quantitativo richiesto. Il quantitativo può essere inviato:
 - o come "massivo" con effettuazione dello smistamento della merce per i diversi punti vendita presso il CeDi
 - o come "pre-allocato" ossia già indirizzato per punto di consegna

Il sistema distributivo



IL RUOLO DEI TRANSIT POINT

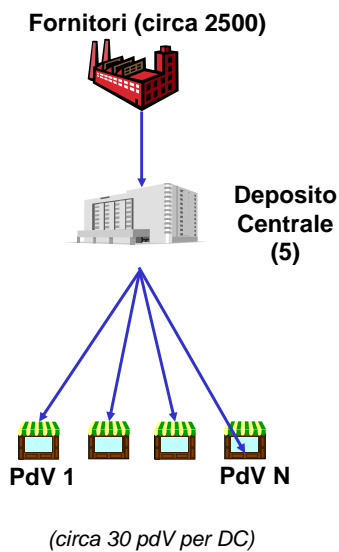
OPERAZIONE DI CROSS-DOCKING PRESSO UN TRANSIT POINT



Il sistema distributivo



ESEMPIO : RETE LOGISTICA DI CASTORAMA



Modi di consegna	2001	2002	2003
Cross-docking	15 %	30 %	50 %
Stock in DC	15 %	15 %	25 %
Consegna diretta	70 %	55 %	25 %

Cross-docking: utilizzato soprattutto con fornitori affidabili e per articoli continuativi o in promozione

Stock in DC: fornitori non affidabili e articoli di importazione

Consegna diretta: volumi di consegna elevati, prodotti stagionali e prodotti fragili

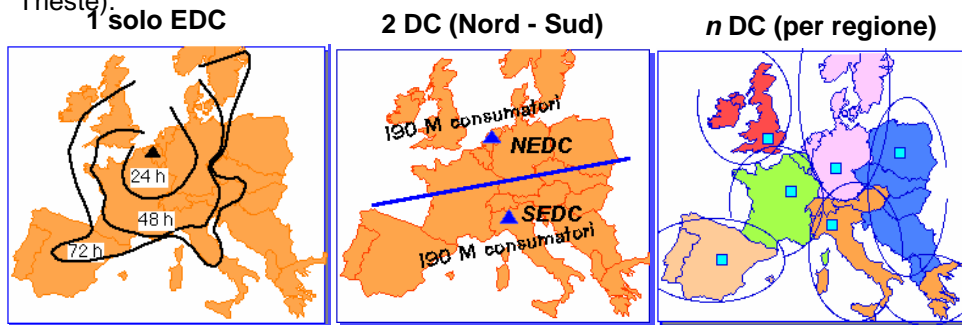
Il sistema distributivo



TIPOLOGIE DI RETE DISTRIBUTIVA

STRATEGIE DISTRIBUTIVE

Una soluzione molto diffusa è quella del singolo EDC (*European Distribution Center*) localizzato in prossimità dei porti del "Northern Range". Un'alternativa è la soluzione con da 2 a 4 DC, di cui uno nel Centro-Nord Europa (Benelux) ed uno a Sud per il bacino Mediterraneo (lungo l'asse Barcellona-Marsiglia-Milano-Trieste).

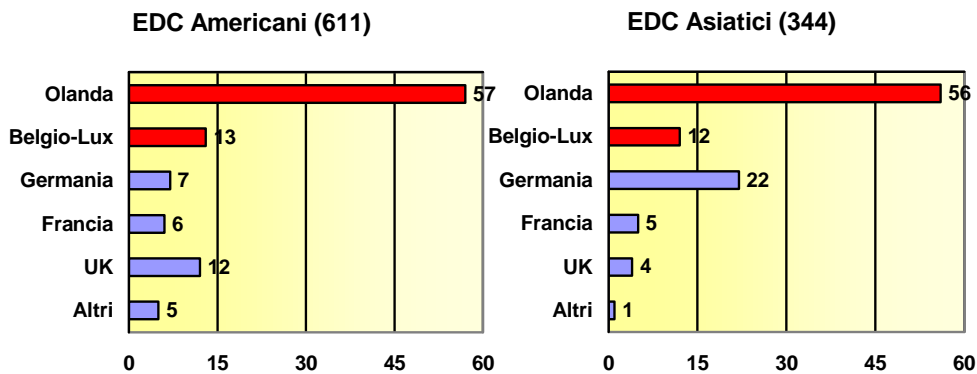


Il sistema distributivo



TIPOLOGIE DI RETE DISTRIBUTIVA

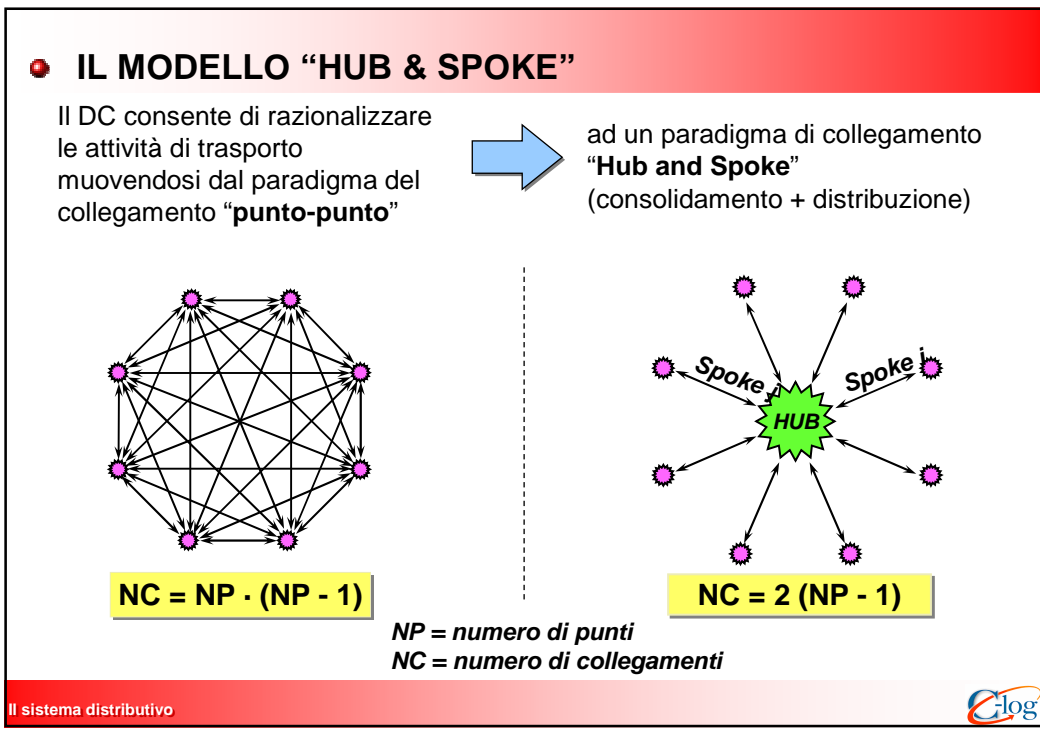
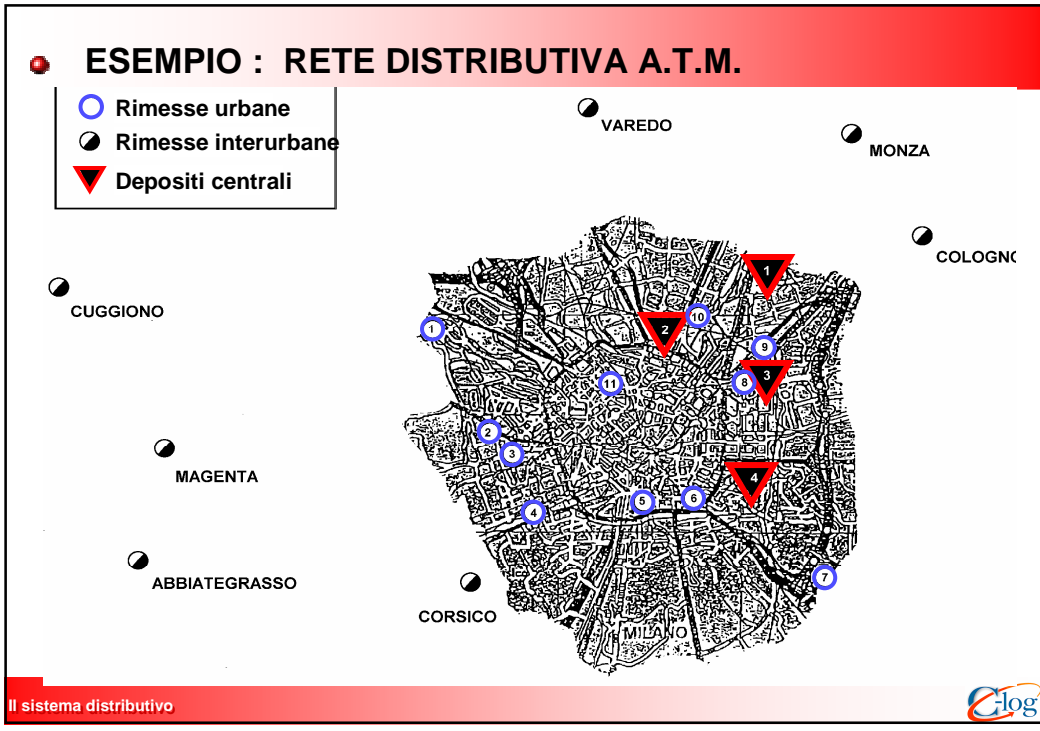
"Distretti logistici" : aree che per la loro concentrazione di servizi e infrastrutture, per il ruolo strategico nel controllo dei traffici internazionali diventano zone di forte attrazione di installazioni logistiche (*triangolo Rotterdam, Amsterdam, Anversa*)

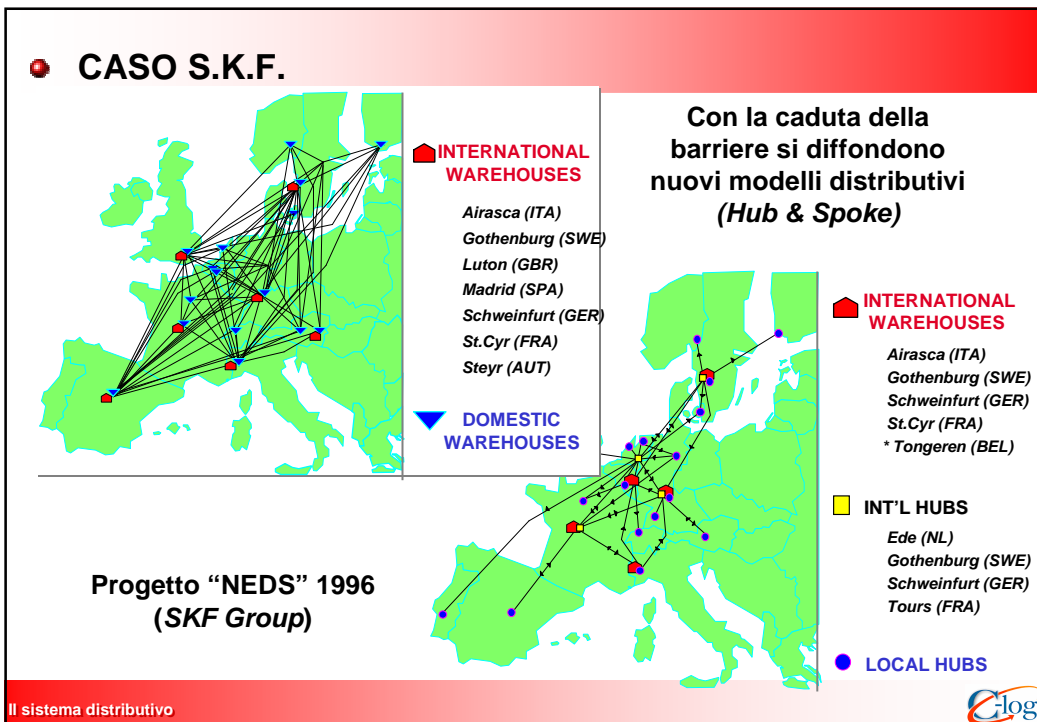
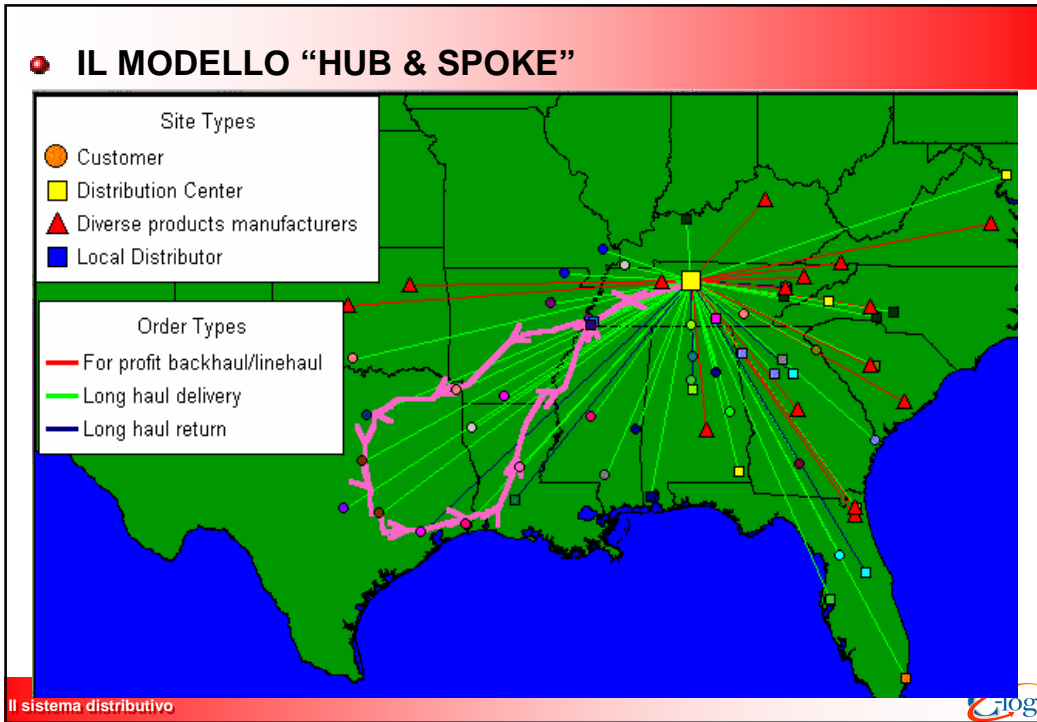


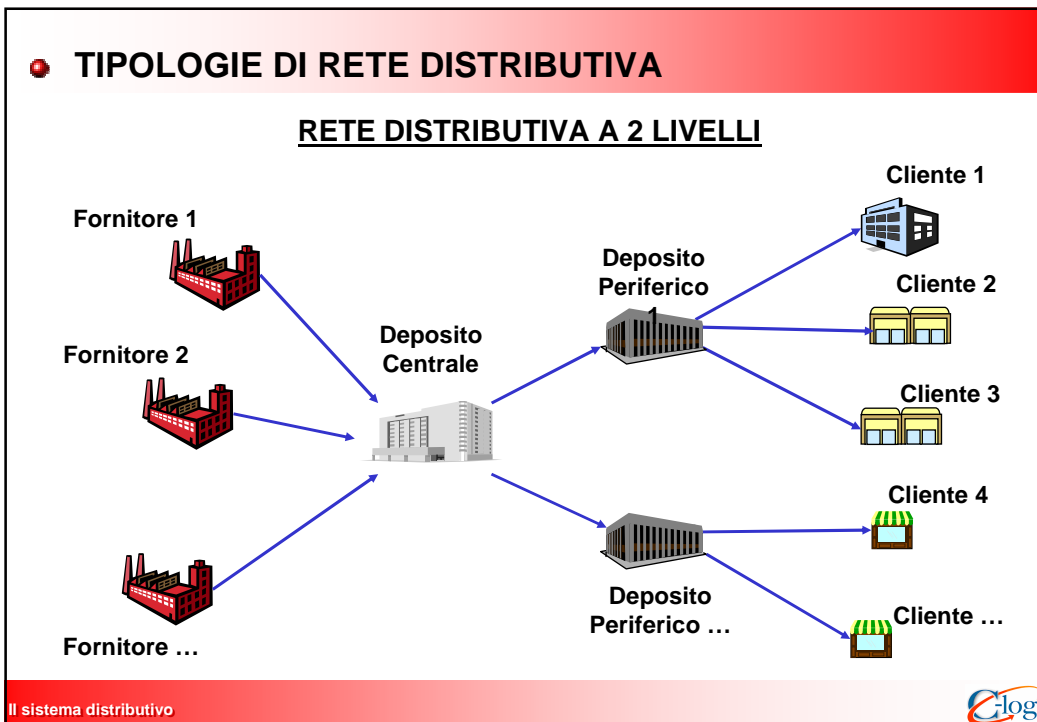
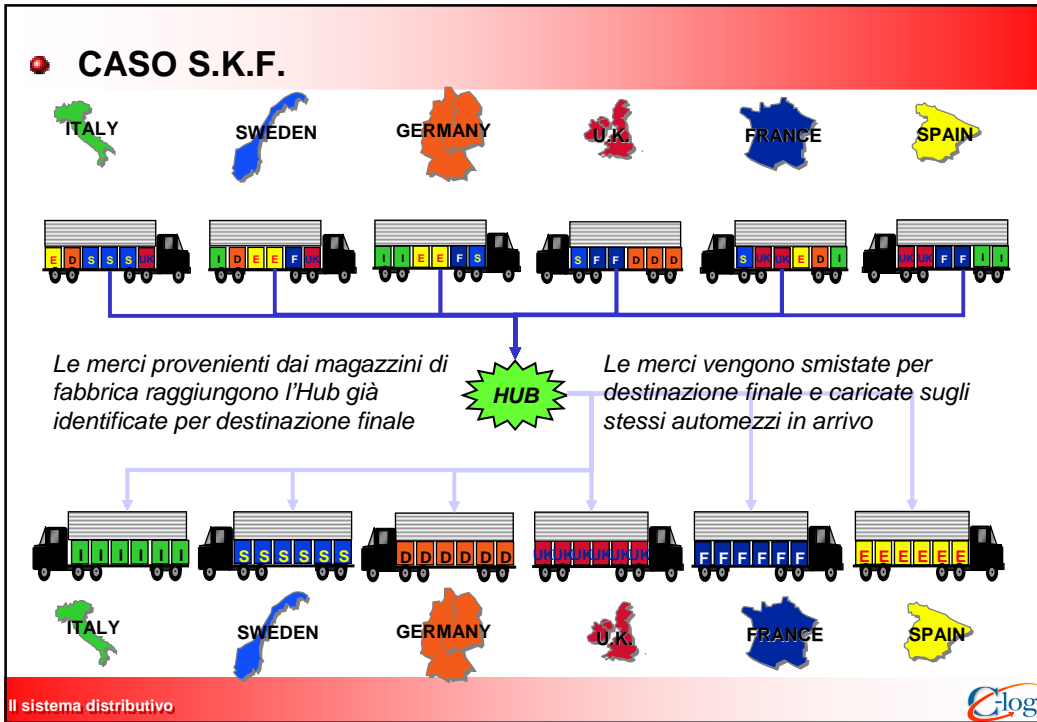
Fonte : Holland International Distribution Council

Il sistema distributivo

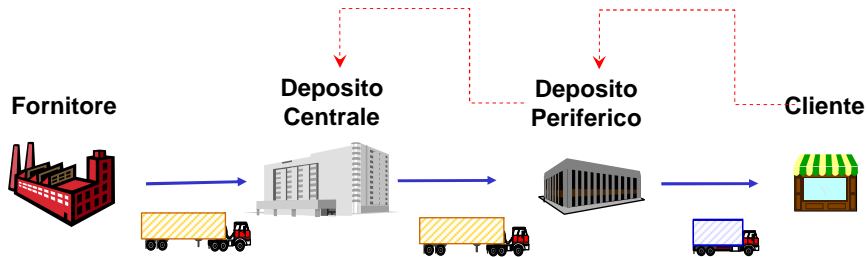








IL RUOLO DEI DEPOSITI PERIFERICI

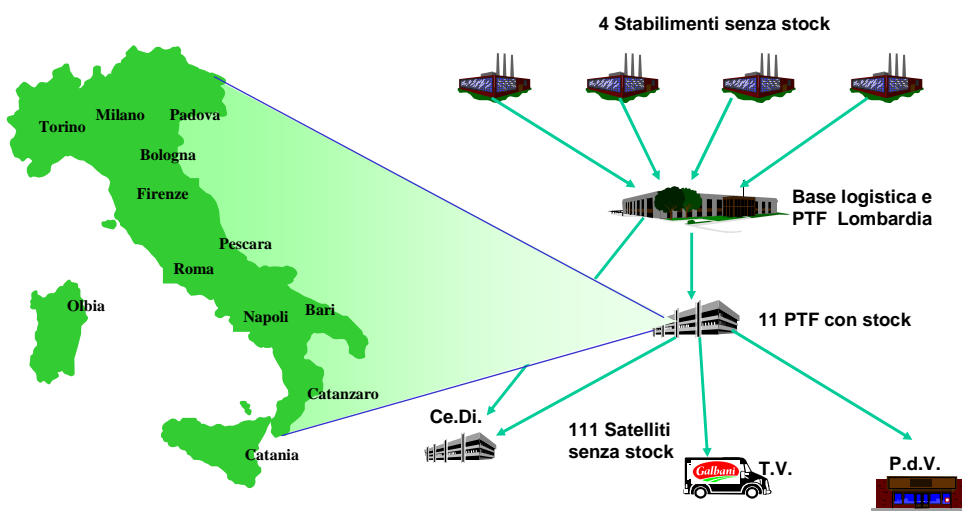


I **depositi periferici** consentono di razionalizzare i trasporti in ingresso dal livello superiore della rete (depositi centrali o fornitori) e di essere “vicini” ai punti di consegna. Nei depositi periferici sono presenti le scorte necessarie a far fronte alla domanda dei clienti finali di loro pertinenza geografica. Il ripristino dello stock può avvenire sia in modalità *pull* sia in modalità *push* dal deposito centrale.

Il sistema distributivo



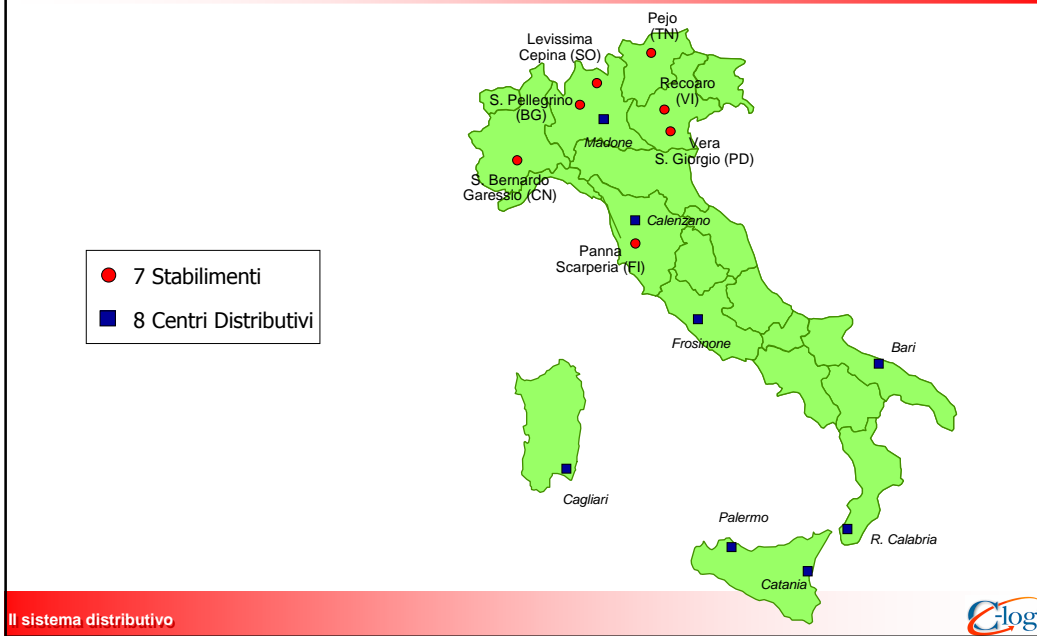
ESEMPIO : RETE LOGISTICA DI GALBANI - biG Logistica



Il sistema distributivo

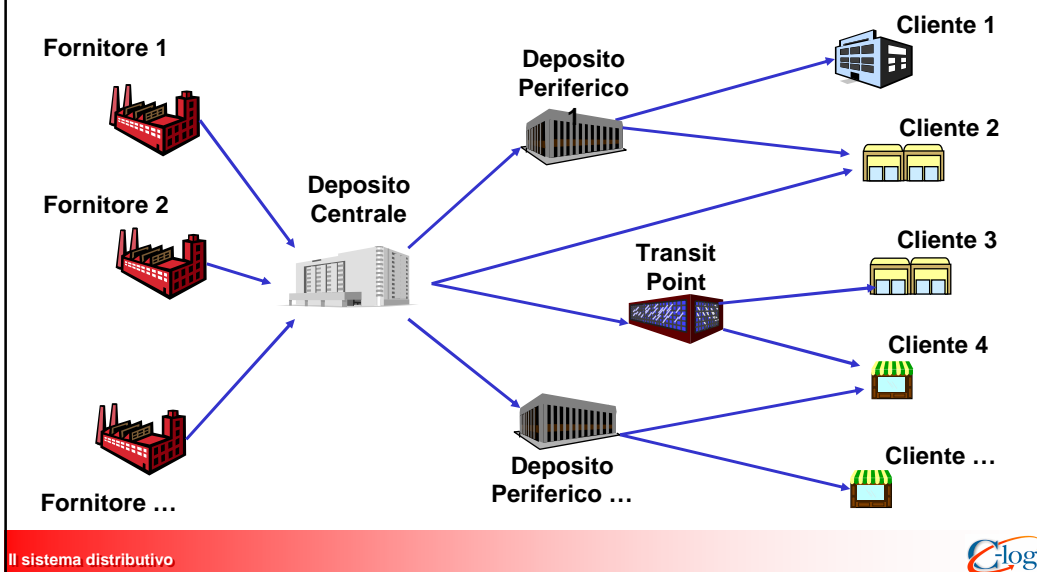


ESEMPIO : RETE DISTRIBUTIVA S. PELLEGRINO

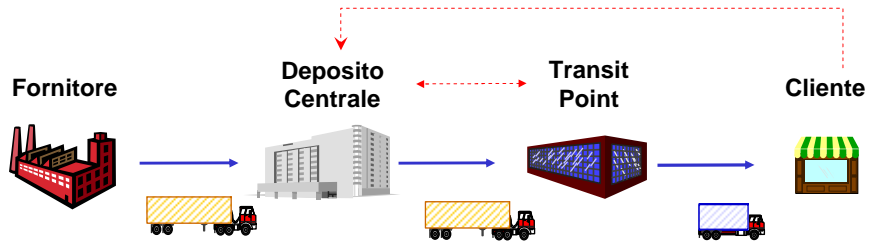


TIPOLOGIE DI RETE DISTRIBUTIVA

RETE DISTRIBUTIVA "MISTA" A 2 LIVELLI



IL RUOLO DEI TRANSIT POINT

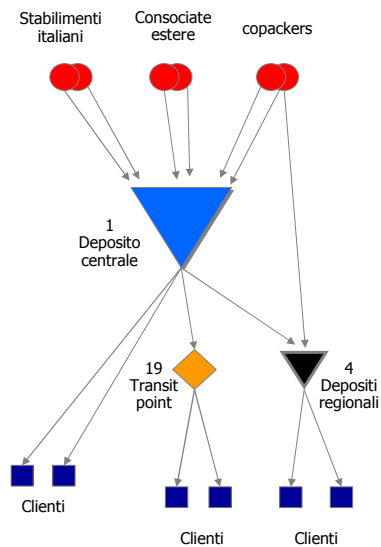


Nei **transit point** consentono esclusivamente di razionalizzare i trasporti in ingresso (dai depositi centrali / dai fornitori). Non vi sono presenti scorte di funzionamento bensì scorte in transito. Nei transit point avviene lo smistamento delle merci (*cross-docking* : deconsolidamento e consolidamento) approntate dal deposito centrale sulla base degli ordini pervenuti

Il sistema distributivo



ESEMPIO : RETE DISTRIBUTIVA UNILEVER



Il sistema distributivo



● INDICE

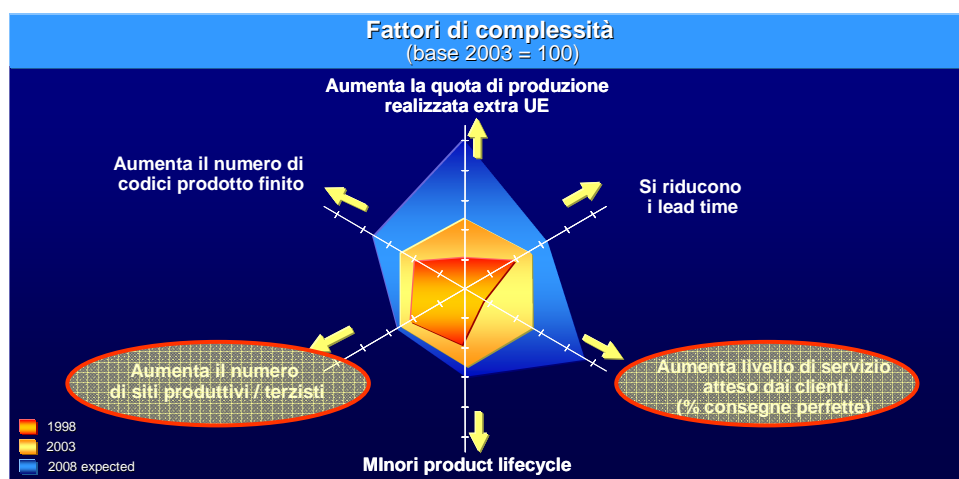
- Il sistema distributivo e la struttura commerciale
- Tipologia di reti logistico-produttive
- La razionalizzazione delle reti distributive
- La localizzazione dei “poli logistici”

Il sistema distributivo



● Come sta cambiando lo scenario ?

Diversi fattori sono alla base della maggiore complessità della Supply Chain da affrontare



Fonte: ELA - AT Kearney 2004

Il sistema distributivo



Razionalizzazione dei network logistico-produttivi

15th Annual Masters of Logistics Survey: Strategy Shift
 Our 15th Annual Masters of Logistics study finds that many logistics managers are rethinking their distribution strategies in the face of relentless rising costs and declining service.

By James A. Cooke, Contributing Editor
 Logistics Management
 September 1, 2006

Coaches and generals have long known that when tactics aren't working, it's time to change the strategy. Logistics managers appear to have come to that same conclusion.

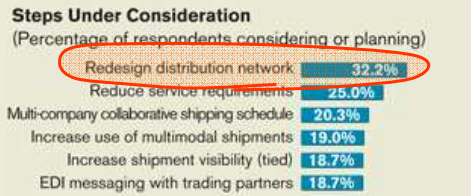
Faced with rising transportation costs and other problems, shippers have begun giving up on redesigning distribution networks and collaborations to share transportation, some of the key findings of Logistics' 15th Annual Masters of Logistics Survey.

"Shippers have tried all the tactics out there," observes Mary Holcomb, associate professor at the University of Tennessee and one of the study's authors. "In the last 12 to 18 months, they've concluded that what they need to change is the network."

Shippers Expect Higher Costs

For the past 15 years, the Masters of Logistics study has identified emerging trends in the benchmarking data on transportation and distribution. As has been the case in the past, Logistics' study in partnership with researchers at Georgia Southern University, the University of Tennessee, Capgemini. In addition, Intel and Oracle participated in the project this year.

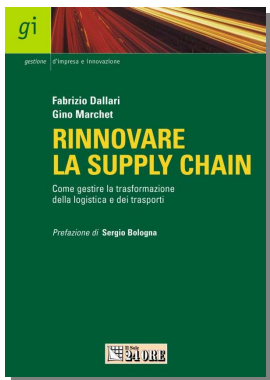
Most Common Responses to High Transportation Costs



Il sistema distributivo



Sintesi dei principali trend in atto nel settore logistico



- Grande rilevanza
- ◐ Media rilevanza
- Scarsa rilevanza

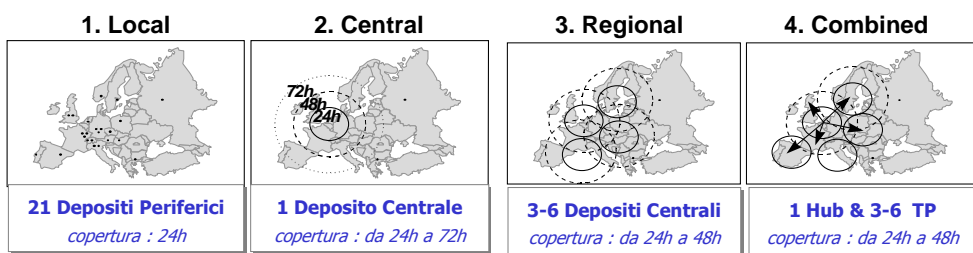
		DRIVER		
		Driver economici e organizzativi	Driver tecnologici e dell'innovazione	Driver politici e di regolamentazione
TREND	Global sourcing e mercato globale	●	◐	●
	Razionalizzazione dei network logistico/produttivi	●	◐	◐
	Outsourcing	●	◐	○
	Reverse Logistics	◐	○	●
	Evoluzione dei trasporti	●	◐	●

Il sistema distributivo



Razionalizzazione dei network logistico-produttivi

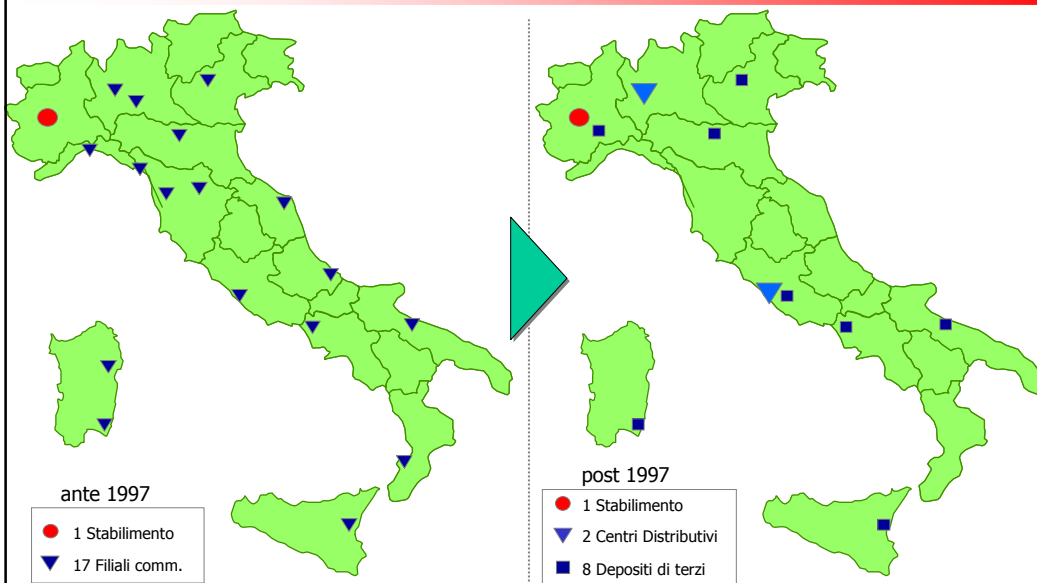
- ❑ La scelta localizzativa è frutto di un compromesso tra diversi costi logistici, vale a dire tra i costi di trasporto inbound e outbound, i costi di mantenimento delle scorte e i costi dell'area
- ❑ Altre considerazioni in relazione alla natura del rapporto prodotto/mercato (densità di valore dei beni, livello di servizio al cliente richiesto, distribuzione della domanda, etc.) muovono verso la scelta di una soluzione centralizzata (con pochi centri logistici) oppure decentrata (con molte piattaforme di piccole dimensioni)



Il sistema distributivo

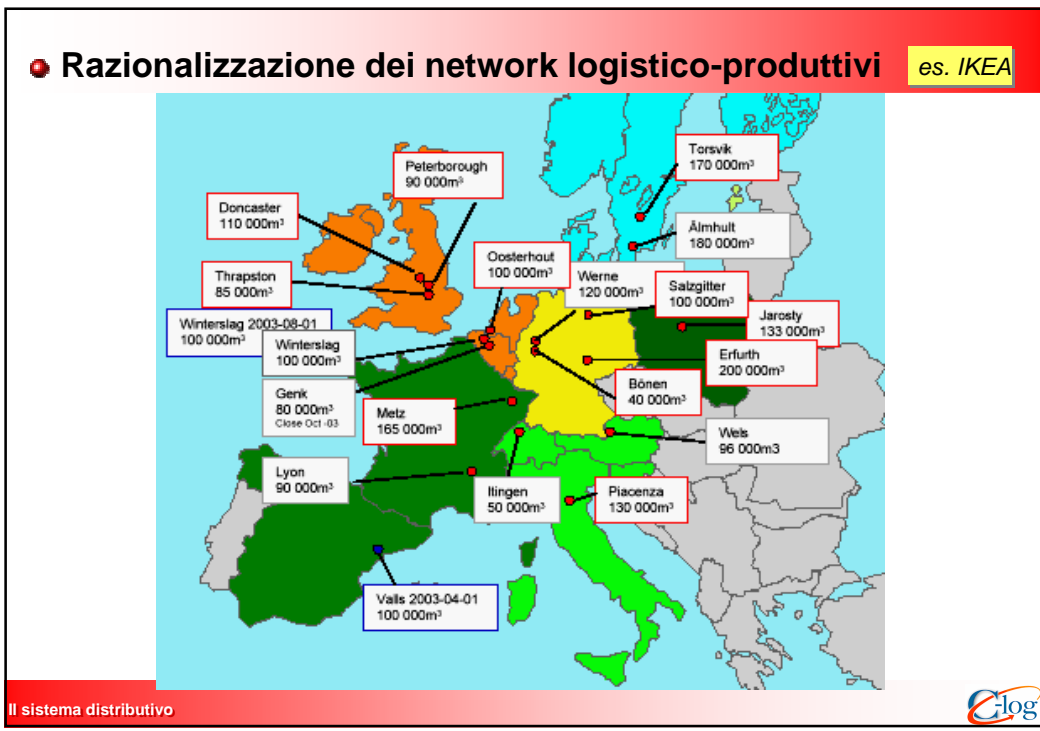
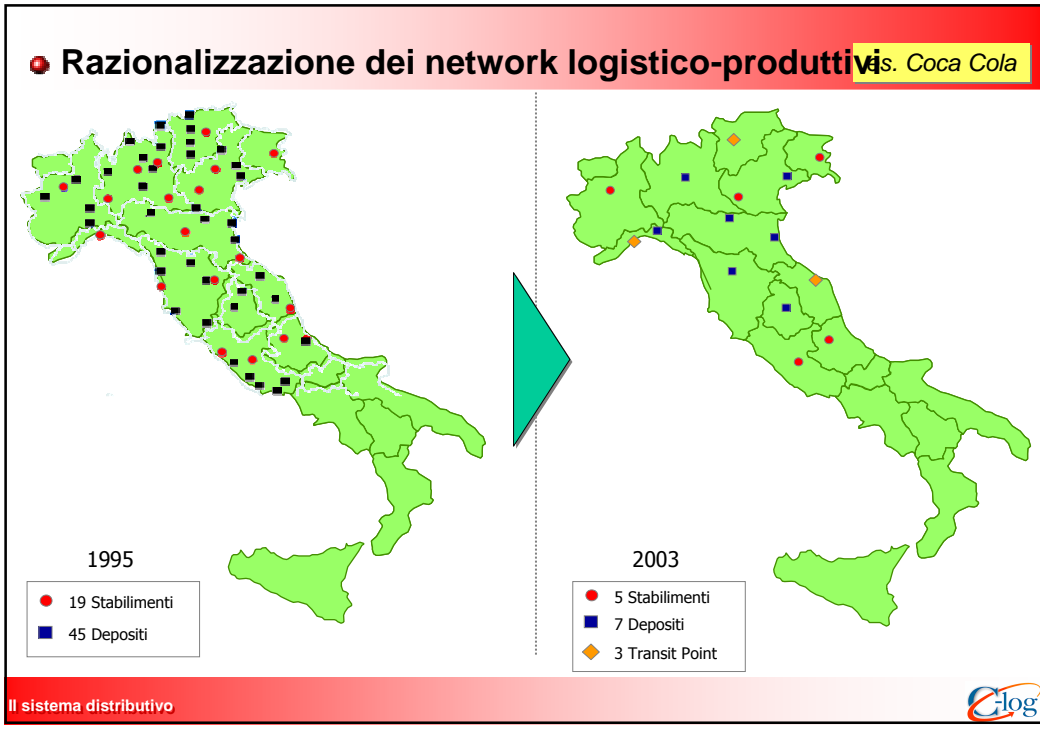


Razionalizzazione dei network logistico-produttivi es. Lavazza



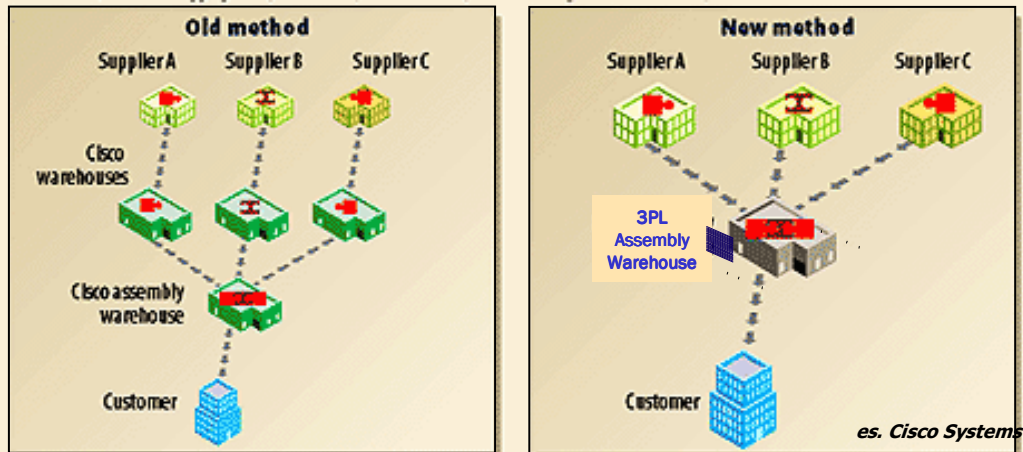
Il sistema distributivo





Razionalizzazione dei network logistico-produttivi

Nascono nuovi modelli (e servizi) logistici → "Merge-in-Transit" in cui lo spedizioniere è il "regista" dei flussi

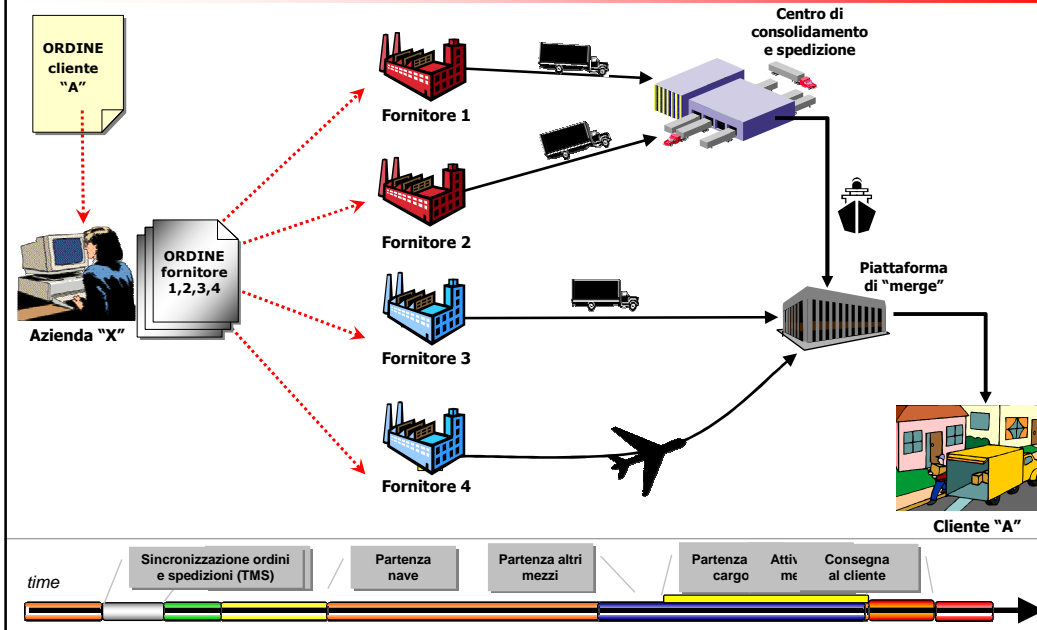


→ minori costi per riduzione scorte, miglior servizio al cliente (consegna in un'unica soluzione)

Il sistema distributivo



Processo distributivo tramite M.I.T. (Merge in Transit)



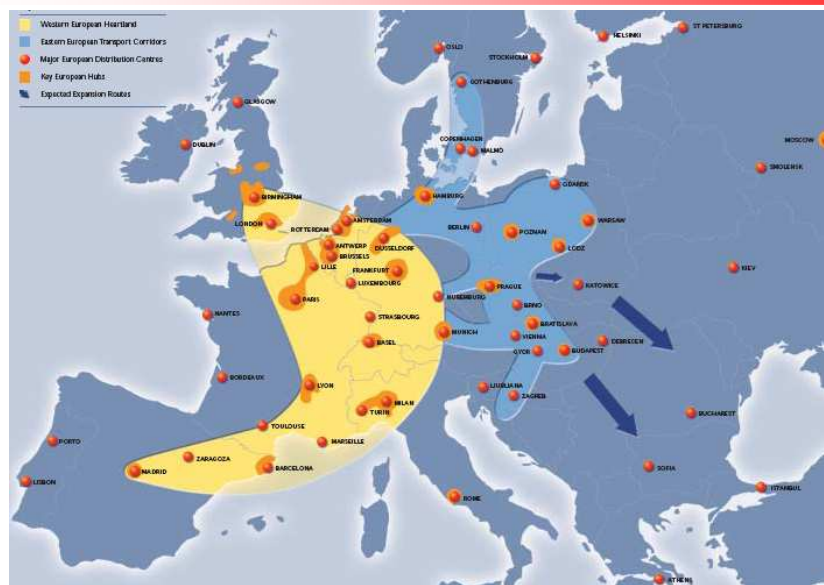
● INDICE

- Il sistema distributivo e la struttura commerciale
- Tipologia di reti logistico-produttive
- La razionalizzazione delle reti distributive
- La localizzazione dei “poli logistici”

Il sistema distributivo



● Localizzazione dei poli logistici



Il sistema distributivo



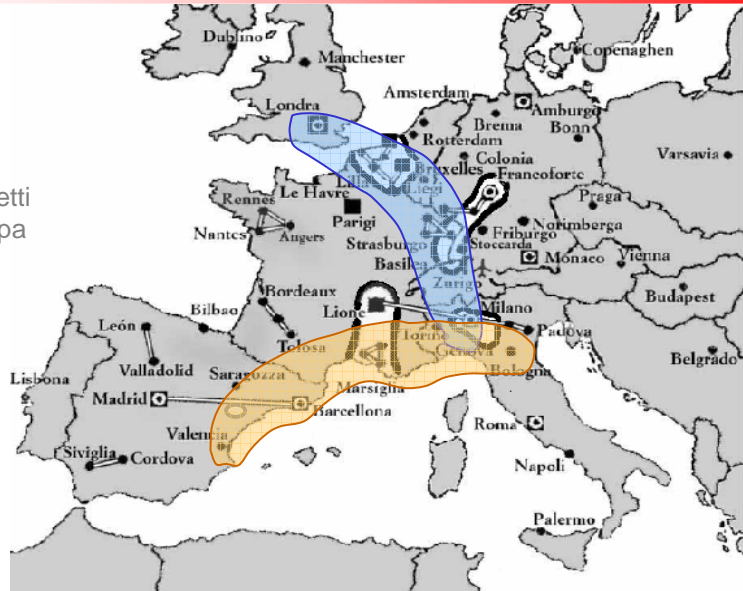
Localizzazione dei poli logistici

- Deposito centrale
- Piattaforma regionale
- Siti Concorrenziali

I principali "distretti logistici" in Europa

"Blue Banana"

"Latin Arc"

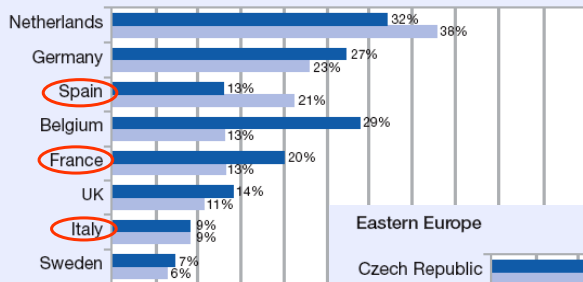


Il sistema distributivo

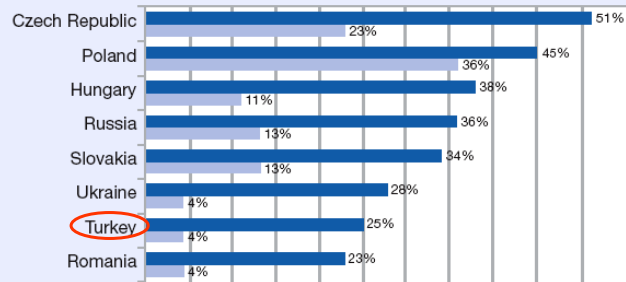


Localizzazione preferenziale per un nuovo Distribution Center

Western Europe



Eastern Europe



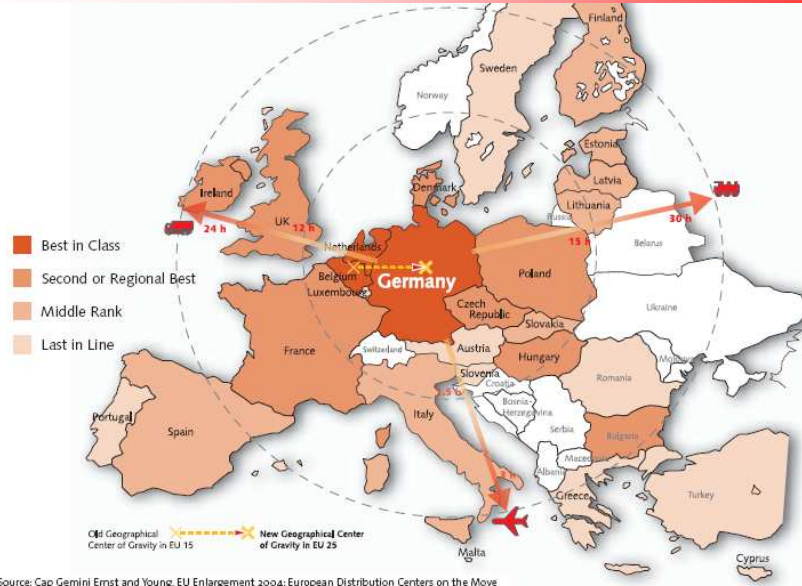
- LSP's
- Shippers

"Warehousing space in Europe: meeting tomorrow's demand"
Capgemini-Prologis, 2006

Il sistema distributivo



Localizzazione preferenziale per un nuovo Distribution Center



Il sistema distributivo



Il mercato immobiliare logistico Europeo



• **Immobili logistici di moderna concezione** : notevoli dimensioni (> 25.000 m² building), elevate altezze (> 10m), elevato numero di porte di carico/scarico (1 ogni 300-400 m²)

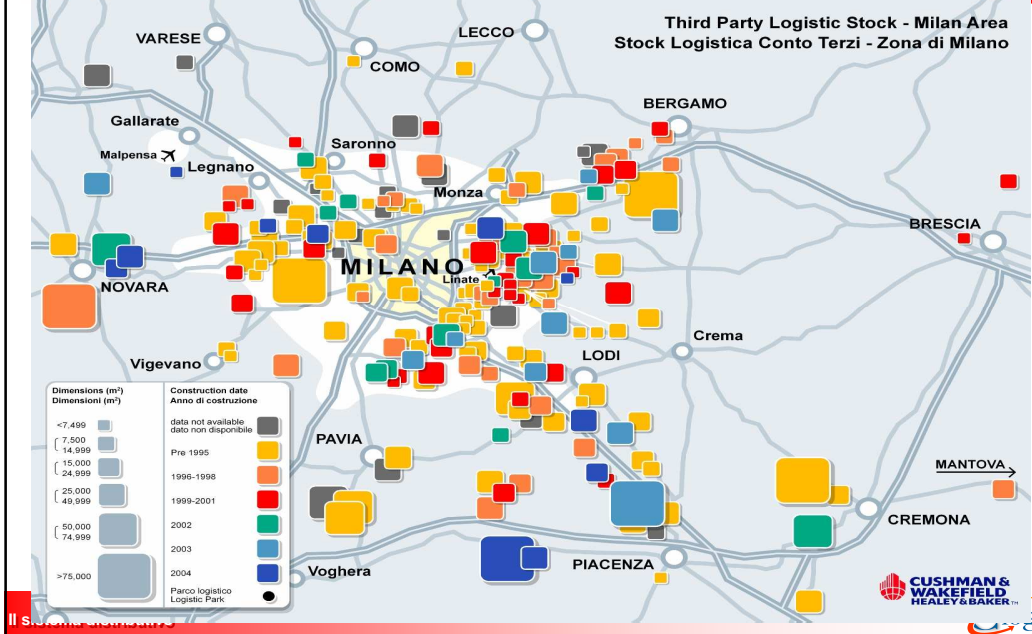
• **Locazione**: tendenza all'affitto con contratti di durata ridotta (max 6+6)

• **Outsourcing**: i LSP tendono a liberarsi degli asset e ricercano soluzioni di affitto con durata confrontabile ai contratti di outsourcing

Il sistema distributivo

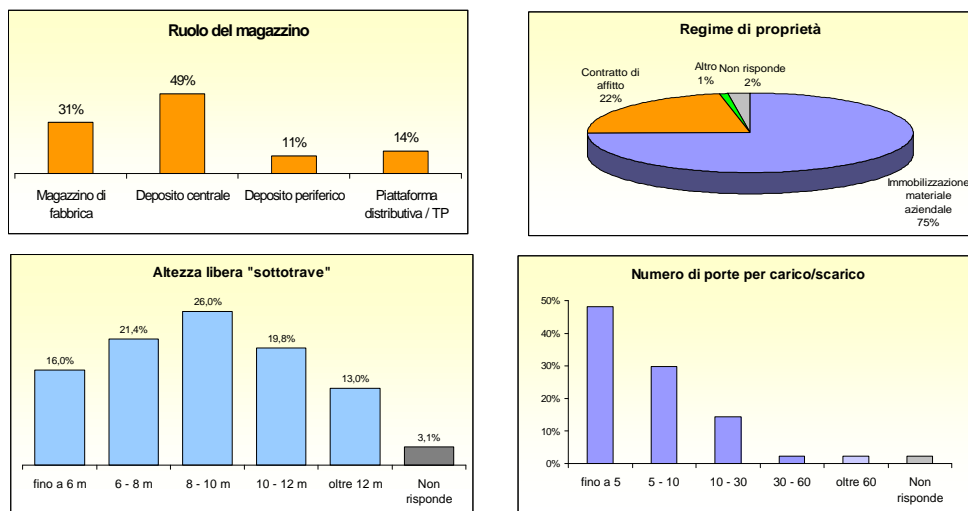


Localizzazione dei poli logistici (in Lombardia)



Il mercato immobiliare logistico Italiano

Indagine rivista "LOGISTICA": 130 aziende che hanno realizzato un magazzino dal 2000 ad oggi



Lo studio completo è stato pubblicato sul numero di Aprile 2005 della rivista "Logistica", edizioni Tecniche Nuove

Il sistema distributivo

