

Datalogic: supply chain collaboration in un ambiente multinazionale e multi-company



Inizio: 2010

Gestionale: SAP

N. utenti: 50

Settore:
ElettronicaLocation:
worldwide

Datalogic, leader mondiale nel mercato dell'acquisizione automatica dei dati e dell'automazione industriale, ha scelto IUNGO per snellire i processi che ruotano intorno agli acquisti dei materiali. I principali benefici: riduzione delle attività a basso valore aggiunto e risparmio complessivo stimato in circa 800 giornate uomo all'anno.

Giorno dopo giorno, la tecnologia entra sempre più a contatto con la vita quotidiana, anche nelle abitudini più semplici, dallo shopping, alle visite mediche, ai viaggi. Sempre più spesso, dietro a questi gesti quotidiani c'è la **tecnologia avanzata** firmata **Datalogic**, pioniera nella lettura del codice a barre e leader indiscusso di mercato, in Italia e nel mondo.

Datalogic è un gruppo industriale, quotato in Borsa Italiana dal 2001. Opera focalizzandosi su due distinti mercati, **Automatic Data Capture** e **Industrial Automation** ed è articolato in 2 divisioni: **Datalogic ADC** - leader mondiale negli scanner fissi high performance per l'ambito retail e primo fornitore in EMEA di lettori di codici a barre manuali, nonché protagonista nel mercato dei mobile computer dedicati alla gestione dei magazzini, all'automazione delle forze vendita e di campo e alla raccolta dati nei punti vendita e **Datalogic Automation** - tra i maggiori produttori al mondo di prodotti e soluzioni per l'identificazione automatica, rilevazione e marcatura per il mercato dell'automazione industriale. Grazie alla recente acquisizione di Accu-Sort Systems Inc., azienda americana leader nei prodotti e soluzioni per l'Identificazione Automatica, il Gruppo Datalogic ha raddoppiato la propria presenza nel mercato dell'automazione industriale, conquistando la prima posizione nel mondo nel segmento degli Industrial Bar Code Scanners, con una quota di mercato pari al 31%. Nel 2011 il Gruppo Datalogic, che conta oltre 2.000 dipendenti nel

America, Sud America, Asia e Oceania, ha registrato vendite preliminari per circa 425 milioni di Euro. Il Gruppo investe oltre 26 milioni di Euro all'anno nel settore **Ricerca e Sviluppo**, con un patrimonio di 898 brevetti in tutto il mondo che si è arricchito di oltre 100 unità grazie alle recenti acquisizioni.

IL BUYER ALLA RICERCA DEL TEMPO PERDUTO

La **supply chain** di Datalogic è assai **articolata** con fornitori vicini e lontani, di diverse dimensioni aziendali ed un proprio approccio al cliente. “Una gestione ‘intelligente’ della supply chain richiede tempo e risorse disponibili. Nel 2010 ci siamo trovati in un contesto di mercato particolare che richiedeva da parte dei nostri uffici acquisti la capacità di effettuare valutazioni sulle offerte e cercare soluzioni di fornitura alternative, per ovviare alla scarsa reperibilità dei componenti elettronici”, esordisce Cesare Mariani, analista SAP SCM di Datalogic.

Da qui la decisione di “liberare” i buyer di tutte quelle attività a basso valore aggiunto ma imprescindibili relative alla gestione degli ordini come il data entry, i solleciti, il mantenimento dei dati allineati con il sistema gestionale. La tecnologia in questo caso può rappresentare un valido aiuto in quanto si tratta di operazioni automatiche e ripetibili.

mondo, distribuiti in 30 Paesi tra Europa, Nord



Datalogic: supply chain collaboration in un ambiente multinazionale e multi-company

“Abbiamo valutato le soluzioni di collaboration offerte dal mercato che potessero interfacciarsi al nostro sistema ERP (SAP) e la più convincente è risultata IUNGO: semplice da utilizzare, immediata e con quelle caratteristiche che ben si adattano alle nostre peculiarità come un'elevata numerosità dei codici materiali da ordinare e la variabilità della pianificazione, con molti anticipi e posticipi da comunicare. Il tutto fornito da fornitori sia di grande che di piccole dimensioni”, dichiara Mariani.

IL PROGETTO IUNGO – DATALOGIC

Inizialmente l'implementazione di IUNGO ha interessato parte della divisione ADC e la divisione Industrial Automation che già utilizzavano lo stesso sistema gestionale SAP. In seguito si è proceduto all'integrazione della parte restante della divisione ADC (plant Slovacchia e Vietnam). Il tutto in tempi brevi e con il coinvolgimento ad oggi del 50% dei fornitori, di varie tipologie e criticità. *“Abbiamo cercato di non imporre lo strumento IUNGO, bensì di proporlo mostrando i benefici attesi in termini di efficienza e qualità dei processi. È proprio nella natura di IUNGO non essere invasivo ma semplicemente un modo per aumentare la collaborazione e accrescere in qualità e precisione gli scambi comunicativi. I fornitori si sono dimostrati disponibili alla sua adozione: in fondo si trattava solamente di modificare i campi sensibili (quantità, prezzo e data consegna) nella e-mail in arrivo o semplicemente di confermare le nostre proposte iniziali”,* commenta Mariani. In sintesi attraverso la e-mail generata da IUNGO vengono gestiti i seguenti processi: invio degli ordini, dei piani di consegna, delle richieste d'offerta, di documentazione allegata, delle fatture, dei solleciti, delle richieste di anticipi o posticipi, dei forecast, dei documenti di trasporto; ricezione delle conferme o delle richieste di modifiche di date, prezzi o quantità. IUNGO poi in automatico procede a trasmettere al gestionale SAP le conferme d'ordine, mentre gli ordini modificati rimangono nel sistema fino all'accettazione da parte di entrambe le parti, buyer e fornitore.

D'altro canto SAP invia a IUNGO tutte le comunicazioni relative alle eccezioni generate dall'MRP. I due sistemi sono dunque in un dialogo continuo, grazie ad un connettore realizzato dalla società di consulenza Twinergy.

PROCESSI SNELLI ED EFFICIENZA

La maggior parte dei processi sopraelencati precedentemente veniva effettuata in maniera manuale, ovvero occorre che qualcuno “costruisse” i report di sollecito e inviasse i fax o le e-mail con le variazioni agli ordini, che elaborasse le risposte, che telefonasse per sollecitare ecc. Con IUNGO queste operazioni vengono fatte in **automatico** ed in tal modo i buyer possono concentrare la loro attenzione solo sulle righe in attesa di conferma e soprattutto sulla valutazione delle migliori offerte e sulla costruzione di una supply chain altamente competitiva, con la possibilità di avere un quadro completo di tutte le offerte ricevute, anche dagli altri buyer. Riepilogando, i benefici attesi ed ora tangibili sono: **riduzione dei tempi, aumento dell'affidabilità delle consegne, riduzione dei blocchi di produzione e delle attività di customer service.** In particolare i risparmi in termini di giornate uomo sono state calcolate in circa 600 l'anno per i processi che vanno dalla gestione dell'offerta alla gestione dell'ordine e 200 l'anno per i processi relativi al ricevimento delle merci per un totale di circa 800 giornate uomo.

