

Il caso Jacuzzi: fornitori integrati con IUNGO



Inizio: 2009

Gestionale:
AS400

N. utenti: 10

Settore: Lusso

Fornitori
integrati: tutti

L'inventore dell'idromassaggio punta sulla totale integrazione "azienda-fornitori" attraverso lo strumento informatico IUNGO. Tempi di risposta sul mercato più brevi e aumento delle ore da dedicare ad attività a valore aggiunto, i principali vantaggi dell'operazione.

UNA STORIA LUNGA UN SECOLO

Ad inizi '900 i fratelli Jacuzzi da un piccolo paese friulano si trasferiscono negli Stati Uniti e mettono a frutto le loro abilità realizzando prima eliche per aerei e poi pompe per l'utilizzo nell'agricoltura. Le loro profonde conoscenze nell'idrodinamica aprono ad un nuovo business che vede la nascita dell'**idromassaggio portatile**. Negli anni '60 il ritorno in Italia di alcuni componenti della famiglia e la successiva fondazione dello stabilimento produttivo a Valvasone (PN), l'attuale **Jacuzzi Europe Spa**. A fine 2009 la sede italiana conta circa **250 dipendenti** e una produzione di **30.000 pezzi all'anno**, volumi rivolti ad un pubblico di nicchia, attento alla qualità e all'innovazione. All'idromassaggio è stato affiancato un concetto di bagno completo, con la progettazione e commercializzazione di accessori, cabine doccia multifunzione, minipiscine per centri wellness e da esterno.

AFFRONTARE LA COMPLESSITÀ

Jacuzzi Europe esporta i propri prodotti in tutto il mondo, con le Americhe, l'Inghilterra e la Francia affidate a produzioni locali delle aziende consorelle. *"Siamo una realtà con una notevole complessità di mercato e di portafoglio. Il nostro prodotto ha circa 7000 referenze e per soddisfare le*

richieste, mantenere quote e crescere occorre essere reattivi. Per questo motivo abbiamo pensato di automatizzare ulteriormente i nostri processi", esordisce Giuseppe Carpenè, Direttore Operations di Jacuzzi Europe. Una criticità era rappresentata dalla **supply chain, diversificata per dimensione e numerosa** (circa 220 fornitori di materiale), con sistemi di comunicazione verso l'azienda non standardizzati e soggetti a dinamiche proprie. *"Occorreva rendere la nostra filiera responsabilizzata e più affidabile, a partire proprio dai fornitori, perché un approvvigionamento 'regolamentato' consente poi di delineare piani di produzione rispondenti alle esigenze. Abbiamo fatto allora appello alla tecnologia",* continua Carpenè.



ORA POSSIAMO
DEDICARE RISORSE AD
ATTIVITÀ A VERO
VALORE AGGIUNTO



Il caso Jacuzzi: fornitori integrati con IUNGO

Il sistema informativo utilizzato doveva rispondere a **due necessità**: da un lato essere **semplice** perché i piccoli artigiani che costituiscono la maggior parte della supply chain, in linea con la politica di Jacuzzi che impiega componenti personalizzati, hanno come valore l'abilità manuale ma non certamente quello di conoscere piattaforme tecnologiche; dall'altra parte essere **flessibile** per adattarsi anche a quei fornitori che hanno sistemi propri consolidati.

PERCHÉ IUNGO? È UNO STRUMENTO USER FRIENDLY

Dopo un periodo di ricerca, Jacuzzi è approdata a IUNGO. Nel 2009 è iniziato il processo di implementazione. *“IUNGO ci è sembrato uno strumento ‘intelligente’ perché permette al manager degli approvvigionamenti di avere un quadro sinottico sempre aggiornato dello stato degli ordini e nello stesso tempo sostituisce, attraverso l’invio automatico di una semplice e-mail, i classici fax e telefono nelle comunicazioni tra azienda e fornitori”*, dichiara Carpenè.

Nell’arco di sei mesi sono stati **coinvolti e integrati tutti i fornitori**. Le loro preoccupazioni iniziali di fronte ad uno strumento nuovo si sono rivelate infondate per la **facilità immediata di utilizzo**. Ma cosa gestisce in particolare IUNGO? L’invio degli ordini, la loro conferma da parte dei fornitori o la richiesta di modifica, la stampa di etichette, l’aggiornamento sul sistema AS400,

l’automatizzazione dei solleciti. In prospettiva, c’è l’intenzione di poter effettuare il carico merce direttamente dal ricevimento in magazzino.

VANTAGGI

IUNGO ha dunque portato ad una **digitalizzazione di tutti i documenti relativi agli ordini**. *“In tal modo ogni operazione viene tracciata con sicurezza e soprattutto la standardizzazione della comunicazione impostata ci ha permesso un dialogo proficuo anche con fornitori stranieri. Non nascondo che in precedenza la merce che ci arrivava talvolta era senza il codice di identificazione e che ciò aveva come conseguenza una perdita di tempo per il personale, che doveva poi controllare se il materiale corrispondeva a quello richiesto. Ora possiamo dedicare risorse ad attività a vero valore aggiunto e credo sia questo il maggiore vantaggio di IUNGO”*, spiega Carpenè.

È stato infatti calcolato che ad un aumento degli ordini immessi, non sono aumentate le risorse dedicate, anzi il 20% delle ore uomo dell’ufficio approvvigionamenti è stato convertito in sviluppo prodotti, ricerca di nuovi fornitori, negoziazioni per ottenere condizioni di fornitura ottimali. L’incontro, la telefonata tra azienda e fornitore sono per programmazioni, valutazioni, operazioni in cui il contatto verbale è importante. *“Ovviamente tutto questo si traduce in risposte veloci alle istanze del mercato che era il nostro obiettivo primario”*, conclude Carpenè.



Ad un aumento degli ordini, non sono aumentate le risorse dedicate, anzi il 20% delle ore uomo è stato convertito in attività a valore aggiunto.

