

Ottobre 2017

SOSTENIBILITÀ NELLA LOGISTICA

La logistica in cambiamento



**IKEA: impegno
totale per un futuro
sostenibile**

A colloquio con Lorenz Isler

**Nuove opzioni per la
trasmissione dei dati**

«Sieber Control Tower» lo rende
possibile

**Sieber goes
Digital**

Valore aggiunto attraverso
nuovi modelli aziendali digitali



Editoriale

Digitalizzazione: automatizzare a breve termine o innovare in modo sostenibile

Quanto si scrive oggi sulla digitalizzazione va analizzato per lo più in maniera critica. Nella mente di molte persone, l'intenzione di automatizzare processi aziendali si confonde con il concetto di digitalizzazione. Davvero tempi passati. Il Gruppo Sieber potrebbe scrivere ad esempio ancora oggi tutte le fatture con la macchina da scrivere? No. Oggi il nostro team di sei persone elabora più di 1 milione di ordini ed emette più di 50'000 fatture. Questo processo esemplare è già oggi automatizzato per la maggior parte.

La digitalizzazione significa pensare a modelli aziendali, vantaggi per i clienti, tecnologie o pensare «out of the box»: questo è difficile in molti luoghi, poiché i modelli aziendali esistenti funzionano in strutture ancora di successo o investimenti effettuati «cementificano» questi modelli aziendali. Questo vale anche per specialisti in logistica come il Gruppo Sieber. La trasformazione in corso significa per noi prima di tutto un cambiamento di mentalità, per far sì che anche la nostra azienda abbia un futuro.

Vi auguro una buona lettura delle nostre news sulla logistica sostenibile: sostenibile nel senso dell'ecologia, ma anche nel senso del futuro imprenditoriale.

Christian Sieber
CEO



➤ IKEA: impegno totale per un futuro sostenibile

IKEA Svizzera impiega da molti anni soluzioni Sieber e servizi estesi, come il trasporto, la costruzione e il montaggio di mobili per i propri clienti. In questa collaborazione di successo, il tema della sostenibilità non rimane escluso. Motivo sufficiente per una chiacchierata con il signor Lorenz Isler, il Responsabile della sostenibilità di IKEA Svizzera.

Christian Sieber: Signor Isler, grazie mille per il suo tempo. Una domanda fondamentale: in cosa consiste il suo compito in qualità di Responsabile della sostenibilità di IKEA?

Lorenz Isler: Stiamo perseguendo una strategia di sostenibilità globale, che guida la nostra attività commerciale a livello mondiale e vale per tutte le organizzazioni nazionali. Ogni Paese decide da sé con quali misure vuole raggiungere e attuare gli obiettivi fissati. IKEA Svizzera vuole svolgere un ruolo pionieristico. Siamo stati, nel 2015, uno dei tre Paesi pilota ad aver inserito nell'assortimento gli impianti solari per proprietari di abitazioni privati e, come primo «Paese IKEA», a puntare sul LED al 100%, sia nella vendita che per la nostra stessa illuminazione, e che abbiamo installato stazioni di carica elettriche in tutti i nostri negozi di arredamento. Tuttavia, le nostre attività da sole faranno ben poco per provocare la trasformazione di cui abbiamo bisogno, considerate le sfide globali. Ci impegniamo quindi anche per una politica in ambito climatico ambiziosa e a lungo termine e portiamo la nostra voce in questo dialogo.

Quali accenti principali pone IKEA nella propria strategia di sostenibilità?

Il cambiamento climatico, risorse scarse e il numero costantemente in crescita di consumatori sono tra le principali sfide del nostro tempo. Noi vediamo questi importanti compiti come un'occasione e vogliamo essere parte della soluzione. Sull'onda della nostra strategia di sostenibilità, ci poniamo un obiettivo ambizioso: avere un'influenza positiva sulle persone e sull'ambiente. Puntiamo sull'efficienza energetica e sulle energie rinnovabili, viviamo un uso responsabile delle risorse naturali, sosteniamo i nostri clienti in una vita sostenibile in casa e promuoviamo un rapporto corretto con persone e comunità. Le faccio volentieri qualche esempio del nostro impegno. Sapeva, ad esempio, che IKEA

- > offre forni, frigoriferi o lavastoviglie della più elevata categoria di efficacia energetica a prezzi accessibili?
- > negli ultimi cinque anni abbiamo aumentato del 25% l'efficacia energetica nei nostri negozi d'arredamento svizzeri?
- > grazie al passaggio dagli europallet a pallet di cartone, risparmiamo il 20% dei trasporti in Svizzera?
- > utilizziamo impianti solari sui tetti di tutti i negozi d'arredamento svizzeri?
- > il 100% del nostro cotone deriva da fonti sostenibili?
- > dal 2020 produrremo a livello globale almeno tanta energia rinnovabile quanto l'azienda ne consuma?
- > dal 2020 otterremo legno, cartone e carta da fonti FSC 100% o riciclate e che il 100% della materia plastica utilizzata per i nostri mobili in plastica proverrà da fonti rinnovabili o riciclate?
- > svolgiamo in Svizzera un programma di integrazione per rifugiati, un programma che negli ultimi tre anni ha offerto a 110 rifugiati la possibilità di raccogliere esperienze lavorative?

Vede, abbiamo fatto qualcosa, ma c'è ancora molto da fare!

Attualmente si ha la sensazione che la sostenibilità sia superata, a livello tematico, dalla digitalizzazione. Le imprese non vedono più il bosco per i troppi bit e byte?

No, da IKEA non la vediamo così. Naturalmente la digitalizzazione può avere un'influenza positiva sulla sostenibilità, ma ciò non rende quest'ultima obsoleta. Proviamo a collegare entrambi i temi l'uno all'altro.

Oggi è possibile per le aziende generare un ritorno economico con investimenti sulla sostenibilità? O questo investimento viene piuttosto attribuito al marketing?

Si dovrebbe sempre aspirare a un ritorno. La sostenibilità crea posti di lavoro, porta a riduzioni dei costi, promuove l'innovazione.

Io credo che non si tratti principalmente di misure di carattere individuale, bensì dell'orientamento coscienzioso della Supply Chain, anche con molte piccole misure. Quindi tutti gli interessati, dal produttore al consumatore, hanno una responsabilità. È d'accordo?
Sì, sono d'accordo. Penso però che noi, in quanto IKEA, dobbiamo assumerci la responsabilità principale per la nostra Supply Chain.

Con la nostra strategia di sostenibilità cerchiamo di rispettare questa responsabilità. Quindi, ad esempio, influiamo sulla nostra impronta di CO2 dalla materia prima fino allo smaltimento, nel rispetto del riciclaggio del prodotto.

Se dovesse dare un consiglio per una maggiore sostenibilità ai nostri clienti, quale sarebbe?

Usate i LED! Usano fino all'85% di energia in meno, durano fino a 20 anni e non contengono mercurio come le lampadine a risparmio energetico. Per i proprietari di abitazioni consiglio naturalmente i nostri impianti solari che offriamo in collaborazione con Helion Svizzera.

Signor Isler, grazie per le sue interessanti spiegazioni.





↪ sieber guida con il
**94 % in
meno di CO₂**
con biodiesel

↪ Sostenibilità nella logistica

Nonostante tutte le discussioni riguardo la svolta energetica, tutte le parti sono praticamente d'accordo: l'energia è uno dei temi principali del futuro. Lo sviluppo sostenibile svolge quindi un ruolo centrale. Ma come può contribuire la logistica? Quale ruolo svolge in un mondo sempre più digitalizzato?

Le principali emissioni nella logistica dipendono in prima linea dal trasporto, dal controllo delle temperature dei beni e dalla logistica interna. Negli anni passati sono state realizzate, soprattutto in questi settori, ottimizzazioni in parte drastiche a fronte di una funzionalità sempre elevata. E così anche nel trasporto su strada.

Nell'aprile 2017 il Gruppo Sieber ha messo in funzione i suoi primi sei camion biodiesel di seconda generazione. Questo nuovo biodiesel viene prodotto da rifiuti e residui organici, che non possono più essere impiegati per la produzione di alimenti o foraggi. Le emissioni del camion si riducono quindi del 94,7%. Purtroppo, nella produzione si forma ancora CO₂. In paragone: questi sei veicoli producono, a pieno carico (peso complessivo 240t), la stessa quantità di CO₂ che producono auto di media cilindrata con 8,5 litri/100km di consumo medio. Per Sieber un esempio di utilizzazione sostenibile delle risorse. Spinti da rifiuti puliti, possiamo quindi fornire servizi di trasporto senza limitazioni per i nostri clienti.

Tali esempi mostrano che in molti settori è possibile attuare misure. Sieber fissa la filosofia di sostenibilità a tutti i livelli dell'azienda. Per gli specialisti di logistica il coinvolgimento dei collaboratori è di grande importanza, ma la maggior parte delle emissioni è influenzata ogni giorno dalle attività operative. Così i collaboratori riducono fino al 20% dell'emissione media, cooperando attivamente e gestendo in modo ottimale le risorse.

Siamo convinti che nei prossimi anni nella logistica faranno il loro ingresso diverse fonti di energia. In questo modo si sviluppa ulteriormente la mobilità elettrica, ma si diffonde anche l'impiego di carburanti a gas o persino biodiesel. Per sostenere il successo dal punto di vista economico, le aziende impegnate dovrebbero affidarsi al sostegno dei legislatori. Ridefinizioni sostanziali di pesi complessivi per veicoli elettrici, richieste adattate per stazioni di servizio con carburanti alternativi ed ecosostenibili o semplicemente l'ammissione di bici per il trasporto per la city logistic sarebbero d'aiuto.

↪ Molteplici opzioni per la trasmissione di dati

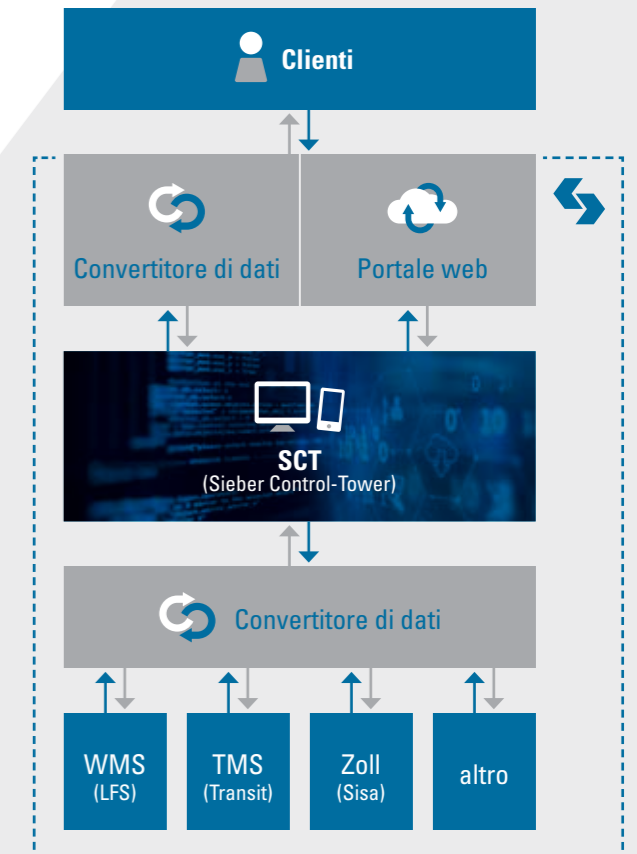
La nostra innovazione «Sieber Control Tower» lo rende possibile!

Grazie a un nuovo sviluppo, il Gruppo Sieber può offrire a voi – stimati clienti, stimati partner – diverse possibilità per la trasmissione di dati e per reagire in modo flessibile e veloce alle vostre richieste. Già nel 2017 abbiamo messo in funzione la «Sieber Control Tower» (SCT), che funziona come middleware.

Grazie alla SCT assicuriamo il collegamento dei più differenti sistemi e sorgenti di dati (dall'interno e dall'esterno). Raggiungiamo così una standardizzazione auspicabilmente elevata nei nostri processi e quindi nella conseguente qualità dei dati. Siamo perciò nella posizione di arricchire i dati conservati con ulteriori informazioni ottenendo così la massima flessibilità possibile per nuove o aggiuntive richieste del cliente. Un'ulteriore caratteristica è il routing dei dati, che viene gestito dalla SCT: in questo modo abbiamo la possibilità di trasmettere dati indirizzandoli in modo sicuro ed esatto al sistema di destinazione e quindi di controllare costantemente tali dati. Non fa alcuna differenza che siano coinvolti uno o più sistemi di destinazione (gestione di magazzino, gestione dei trasporti, contabilità, ecc.) per l'elaborazione degli ordini. Non importa come possiamo sempre assicurare che i dati dell'ordine siano disponibili al sistema di destinazione secondo il processo, nella giusta sequenza e al momento adatto.

Un portale web online integrato nella SCT ci permette di mettere a disposizione l'attuale stato di lavorazione (ricevuto, elaborato, inviato, ecc.) e informazioni Track & Trace sull'attuale stato di consegna (ritirato, inviato, ecc.). Attraverso questo portale online possiamo anche stabilire un accesso alla registrazione dell'ordine e alla gestione per i clienti che non hanno un'opzione d'interfaccia. Con il portale online siamo inoltre in grado di rappresentare graficamente una dashboard con analisi e KPI.

Tra il cliente e la nostra SCT inseriamo il valido strumento «Lobster_data» dell'azienda Lobster GmbH, che assicura un'elaborazione di tutte le strutture di dati e tutti i canali di dati a un'elevata velocità di elaborazione e comunica direttamente con la nostra SCT.



Il nostro competente team di sviluppo realizza con questo software nuove connessioni di interfaccia per lo scambio di dati tra il sistema del cliente e il sistema del partner, trasformando i diversi formati di dati attraverso vari canali di dati nello standard Sieber. Contemporaneamente e in aggiunta, viene implementata una logica di elaborazione ampliata dei dati del cliente, che assicura nuovamente che gli ordini vengano elaborati correttamente dai sistemi. Lo stesso metodo di lavoro viene impiegato nell'ordine inverso per ritornare al cliente e gestire i feedback di stato.



↳ Sieber goes digital

Sviluppare innovativi modelli aziendali digitali, creare nuovi valori per i clienti e ottimizzare a livello digitale i processi esistenti. Un benvenuto a nuove possibilità che noi, come Gruppo Sieber, sfruttiamo.

È indiscusso: la digitalizzazione ci sta trascinando verso un periodo avvincente. È sulla bocca di tutti e ogni giorno viene discussa in modo nuovo su canali diversi. Da qui iniziano le domande che dobbiamo porci. Domande come «chi sono i nostri clienti?», «che aspetto ha la creazione di valore aggiunto?», «quali valori forniamo?», «con quali servizi risolviamo quali problemi?» o, se pensiamo ai social media, «i clienti arrivano da noi tramite quali canali?». Sicuramente ci siamo posti queste domande anche in passato. Quello che però è diverso è che dobbiamo porci queste domande con un'attenzione rivolta al digitale.

La parola digitalizzazione è già diventata per molti di noi una «buzzword», una parola a effetto. Purtroppo nemmeno noi riusciamo a evitare di usarla. Non ci sono alternative. Vi domandate: «È solo pubblicità? Ci riguarda o diminuirà di nuovo? Dove porterà?». Forse la digitalizzazione è solo il risultato dei rapidissimi sviluppi tecnologici. Forse invece no. Così le vendite nel commercio online aumentano velocemente. I clienti acquistano sempre di più su piattaforme online come Amazon o Alibaba. Finora si è trattato principalmente di piattaforme di commercio B2C, ma le piattaforme B2B seguiranno o sono già realtà. Il cliente si sente libero e indipendente, parola chiave «Customer Journey». In qualunque modo possa evolversi il tutto, noi di Sieber non vogliamo rimanere esclusi dallo sviluppo digitale e siamo pronti ad affrontare anche le sfide future.

Significa che gli specialisti di logistica sono digitalizzatori della prima ora: lo dimostra il fatto che già molte startup si occupano del tema della logistica e delle sue particolarità. Il concetto di base è spesso identico: è il collegamento di una piattaforma digitale (con o senza online shop) e la fornitura di servizi fisici. Inoltre vengono coinvolte anche tendenze, come l'inclusione di superfici di trasbordo e di magazzinaggio come Pickup Point, in modo che l'acquirente possa ritirare di persona le merci direttamente nello stabilimento.

Niente resta come prima

Le imprese, che non mettono alla prova le proprie strutture, i propri processi, prodotti e/o servizi nell'intero spettro delle opportunità digitali e non guidano i cambiamenti in modo attivo, perderanno terreno! Questo perché i rapporti tra committenti e fornitori di servizi stanno diventando drasticamente più complessi. Il cliente si aspetta uno svolgimento dei servizi completamente digitale, tracciabile in «realtime» tramite Track & Trace o attraverso feedback elettronici. Inoltre, la richiesta di partecipazione attiva arriva dal cliente o dall'acquirente, effettuando modifiche alle restrizioni, anche mentre la merce è già nel giro di spedizioni. Il corrispondente svolgimento elettronico del

processo di fatturazione e pagamento va quindi da sé. Il cliente e/o l'acquirente diventa, grazie alla digitalizzazione, il «prosumer» (fusione di «producer» e «consumer»), poiché interviene in modo proattivo e diretto nella gestione della fornitura del servizio e ha continuo potere decisionale su come e quando il servizio viene fornito.

Dal punto di vista di uno specialista di logistica medio, tali o ulteriori richieste possono essere considerate inizialmente come una minaccia per l'attività tradizionale. Questa visione non è per niente sbagliata, nel caso in cui non riesca a far fronte alla complessità descritta e all'agilità ad essa connessa con mezzi digitali. L'altra domanda è se noi, in quanto fornitori di servizi di logistica, possiamo comunicare con i nostri clienti in modo digitale e se generiamo dati sensati, di cui noi e i nostri clienti possiamo disporre in ogni momento. Queste richieste sempre crescenti, nate dal nostro ambiente, spingono verso modelli aziendali in cui sia il grado di digitalizzazione a decidere il successo o il fallimento di un'azienda. Da un lato dobbiamo sfruttare le possibilità tecniche, ma allo stesso tempo dobbiamo anche imparare a pensare in termini di modelli aziendali (e meno ai singoli servizi).

La digitalizzazione non è un compito che può essere semplicemente lasciato al dipartimento IT, anche se solo quest'ultimo rende possibili le parti digitali dei modelli aziendali. Diventa compito di tutta l'azienda e ha conseguenze fin nell'ultimo angolo di essa. Da questo appare chiaro che in futuro non saranno più solo un paio di singoli a progettare e sviluppare nuovi modelli aziendali. Dal nostro punto di vista vanno creati per questo scopo team ben omogenei e interdisciplinari che realizzino i modelli aziendali del futuro.

Tutto questo avrà un impatto diretto su ogni nostro collaboratore. Ogni singolo contribuirà però anche a una mutazione culturale nel Gruppo Sieber, un cambiamento nel quale la nostra agilità mostrerà «perché siamo qui e cosa vogliamo raggiungere». Il nostro modo futuro di agire nell'interazione con il nostro ambiente (clienti, fornitori, fornitori di servizi, aziende, ecc.) darà infine vita a una nuova percezione del Gruppo Sieber. Al fine di promuovere e sostenere questo processo di cambiamento (trasformazione), abbiamo creato la funzione di un CDO per il Gruppo Sieber dal 1° settembre 2017.

Siamo convinti che non solo grandi «player» come Uber o Airbnb possano realizzare progetti di digitalizzazione a livello globale. Anzi, la digitalizzazione offre anche alle PMI la possibilità di pensare a nuovi modelli aziendali che vengono sostenuti attraverso la tecnologia dell'informazione. Una moltitudine di applicazioni, servizi web e pacchetti software, ma anche sensori e strumenti di misura in dispositivi permettono un notevole aumento dell'efficienza attraverso trasparenza del processo, gestione del processo e riduzione delle risorse tramite la condivisione di risorse. È però importante che la digitalizzazione non venga intesa solamente per aumentare l'efficienza dei processi

esistenti. Si tratta più precisamente di rappresentare nuovi vantaggi per i clienti nei modelli aziendali digitali che vengono supportati dalle tecnologie precedentemente menzionate.



Un progetto orientato al futuro per Sieber

Nel corso degli ultimi 12 mesi, il Gruppo Sieber ha messo in atto con un cliente un nuovo modello aziendale digitale. Questo concetto permette all'acquirente presso il nostro cliente (sulla sua piattaforma di webshop) di comprare articoli in lista e di partecipare alla gestione della consegna e del ritiro. I nostri servizi sono costituiti dalla logistica magazzino e trasporti nonché dalla fatturazione automatica del nostro servizio, gestita, garantita e tracciabile in modo digitale (per tutti i processi).

Stoccaggio e commissionamento

Dopo l'ordine, i dati vengono trasferiti a un'interfaccia tramite la Sieber Control Tower nel nostro sistema di gestione magazzino, che all'occorrenza gestisce rifornimenti completamente automatici dal magazzino a camera alla picking zone, dove i nostri collaboratori raggruppano gli articoli desiderati secondo gli ordini e il trasporto. Le informazioni di base sullo stato di tutti i processi vengono raccolte in modo digitale e rimandate in «realtime» tramite la Control Tower alla piattaforma di webshop del nostro cliente. In questo modo varie informazioni differenziate vengono messe a disposizione del cliente per l'elaborazione. Allo stesso tempo le informazioni rilevanti per il trasporto vengono riviste e trasmesse al sistema di gestione dei trasporti tramite la Control Tower.

Spedizione e ritiro

In loco presso il cliente, l'autista passa dal ruolo di autista a quello di assistente e poi viceversa. Nel mentre, il collaboratore ci comunica tramite un'app per cellulare le attività che si svolgono in «realtime» durante il viaggio e le transazioni in loco (consegna e ritiro dell'articolo). Durante le transazioni non viene compilato o firmato alcun documento, tutto avviene in modo digitale tramite l'app sul cellulare. I dati risultanti ci ritornano in tempo reale e vengono comunicati tramite la Control Tower al nostro cliente che, sulla base delle nostre indicazioni digitali, riscatta un accredito all'acquirente (il quale diventa venditore in caso di reso). Questi dati vengono trasmessi contemporaneamente al sistema di gestione del magazzino (tramite la Control Tower) per un'ulteriore elaborazione, in modo che all'arrivo dell'autista si possa procedere all'accettazione degli articoli. Non appena tutte le fasi operative del processo sono completate e comunicate digitalmente, tutto il servizio viene fatturato e concluso in background con la nostra fatturazione.

Questo esempio mostra come aziende medie possano sviluppare soluzioni per creare valore aggiunto per i «consumatori». Questo è quello che intendiamo con: «sieber – the way of logistics»



Sieber Svizzera

Aigle · Allaman · Altstätten
 Au · Bedano · Berneck · Biberist
 Chiasso · Balerna · Dietikon
 Kloten · Pratteln · St. Margrethen
 Villeneuve · Widnau

Sieber Austria

Lauterach · Vienna · Wolfurt
 Infoline +43 (0)5574 71900 15

Sieber USA

New York

Sieber Vietnam

Ho Chi Minh City

www.sieber.ch

info@sieber.ch

Infoline +41 (0) 800 817 070

