

IN SINTESI

Le esigenze logistiche del mondo del Fashion rendono indispensabile la scelta di un partner flessibile, affidabile, capace di gestire i cambiamenti repentini del settore e offrire ampie garanzie di sicurezza, con servizi e soluzioni specifiche: vediamo come individuarlo.

La logistica intesa come catena di approvvigionamento, conservazione della merce passando per le attività di gestione fornitori e magazzino, trasporti e controlli di disponibilità, diventa cruciale in settori fortemente condizionati dalle dinamiche del mercato, legati a doppio nodo ad esigenze di sicurezza e flessibilità, per garantire da un lato un *time-to-market* tempestivo e dall'altro la massima garanzia di protezione per prodotti di valore. Un esempio tipico è quello delle aziende che operano nel Fashion: il settore, dal Manifatturiero al Wholesale e al Retail, richiede pertanto una particolare attenzione nella scelta del fornitore di servizi di logistica e trasporti.

Fashion Logistics

Nel settore Fashion la scelta del partner logistico è cruciale perché in grado di influenzare fortemente la capacità di crescita e il raggiungimento degli obiettivi di business. Per questo è necessario identificare un fornitore di servizi capace di garantire massima flessibilità e capacità di affrontare i cambiamenti, nonché di andare incontro al cliente e alle proprie esigenze. Con un'attenzione particolare per le attività di trasporto, per quelle di deposito e stoccaggio, che devono tutte garantire un controllo della qualità certificato e una gestione degli ordini impeccabile, compresa quella del reso (*reverse logistics*). Solo per fare un esempio, nel mondo del Fashion Retail non consegnare i prodotti nei punti vendita nei tempi e modi prestabiliti può comportare danni economici significativi nonché la perdita di clienti importanti. Un rischio da fugare ancora di più quando l'impresa che si affida al partner logistico è un'azienda manifatturiera, che in Italia proliferano grazie ad un fiorente Made in Italy capace di cavalcare la crisi grazie ad un sistema di produzione e distribuzione di alta qualità.

Cosa chiedere al partner logistico? Innanzitutto servizi fondamentali, più alcune opzioni specifiche, come:

- ✓ gestione dei processi di approvvigionamento con controllo e tracciabilità dell'intera filiera, dal produttore al cliente finale;
- ✓ trasporto Air & Ocean per attività di Import /Export;

- ✓ magazzino doganale e fiscale;
- ✓ ricezione prodotti in ingresso da container e semirimorchi;
- ✓ verifica qualità dei colli in ricevimento a magazzino;
- ✓ riscontro contenuto colli con conta a campione o al 100% del contenuto;
- ✓ controllo qualitativo dei pezzi/paia (aspetto, cartella colori, misure, ecc);
- ✓ stoccaggio capi stesi e appesi, calzature ed accessori in apposite aree dedicate in funzione della tipologia merceologica e della modalità di gestione;
- ✓ allestimento ordini per i punti vendita con *picking* a singolo pezzo/paio o a collo (*order to order*, massivo con sventagliamento, *put to light*, ecc);
- ✓ confezionamento, etichettature (su busta, pendenti, ecc), imbustature, imballo (cartoni, bauletti, container aerei, ecc);
- ✓ trasporto capi appesi e stesi (*flat garment*);
- ✓ distribuzione sul territorio nazionale ed europeo su gomma e rotaia;
- ✓ gestione integrale del canale e-commerce, dalla definizione degli imballi ottimali all'interfacciamento completo con il destinatario finale sullo stato dell'ordine;
- ✓ gestione ritiro dei resi nei punti vendita nazionali e internazionali; consolidamento su hub locali, gestione rilavorazioni;
- ✓ gestione reso commerciale e difettosi.

Il tutto supportato da soluzione certificazioni internazionali di sicurezza e da tecnologie innovative che garantiscono qualità ed efficienza. In una parola, un ecosistema di servizi e soluzioni su misura che in genere soltanto un operatore con alle spalle anni di esperienza e davanti a sé dei piani di sviluppo improntati all'innovazione e fortemente legati alle dinamiche del mercato è in grado di offrire.

Gestione filiali

La continua espansione sui mercati di un'azienda del Fashion può portare ad ulteriori esigenze logistiche. Disporre di filiali operative oltre che in Italia anche all'estero fa emergere la necessità di un partner logistico completo che riesca a creare sinergie all'interno degli stabilimenti, soprattutto se e quando subiscono una trasformazione in magazzini doganali o necessitano di un passaggio in quelli fiscali. In questa ottica, la scelta di un partner per la gestione dei poli logistici vuol dire poter contare su un operatore capace di comprendere le esigenze del cliente offrendo un servizio a tutto tondo: implementazione rapida delle soluzioni proposte, presenza di personale competente e affidabile, capacità di organizzare le risorse in maniera efficiente.

Pensando alle esigenze del mercato Fashion, nell'offerta si servizi di Trasporto e Logistica l'operatore gestisce i processi di approvvigionamento con particolare attenzione alla sicurezza, attraverso il controllo e la tracciabilità dei prodotti dal produttore al cliente finale. Per ogni esigenza di Import /Export è garantito anche il trasporto di tipo Air & Ocean, con ricezione prodotti in ingresso da container e semirimorchi, verifica della qualità dei colli in ricevimento a magazzino, di pezzi e paia, riscontro dei colli anche al 100% del contenuto, stoccaggio di capi stesi e appesi, calzature ed accessori in apposite aree dedicate in base al tipo di merce.

Gestione dei resi

La corretta gestione dei resi, ovvero della *reverse logistics*, rappresenta un valore aggiunto per le imprese del Fashion, perché permette loro di re-immettere in tempi brevi i prodotti sul mercato. La scelta di un partner esperto consente di

ottenere una corretta definizione dei flussi (controllo qualità, re-packing e così via) per gestire al meglio questo processo tanto critico quanto cruciale. L'operatore si incarica del ritiro dei resi in qualunque punto vendita, nazionali e internazionale, con una gestione completa del reso commerciale e dei prodotti difettosi.

Distribuzione tradizionale

Il partner logistico ideale dovrebbe, anche nel settore Fashion, riuscire ad affiancarsi ai propri clienti analizzandone e rispettandone aspettative e bisogni, quindi fornendo soluzioni integrate *end-to-end*. in grado di garantire ai propri clienti servizi a 360°, dalla consulenza fino alla realizzazione di progetti integrati, fornendo soluzioni su misura per: gestione del magazzino, approvvigionamento della materia prima e consegna dei beni in qualsiasi parte del mondo.

Per le imprese del Fashion, si deve occupare dell'allestimento degli ordini per i punti vendita ma anche dei servizi di confezionamento, etichettatura, imbustatura e imballo, con trasporto capi appesi e stesi e distribuzione in Italia ed Europa su gomma e rotaia. Ricorrendo all'innovazione delle tecnologie e dei processi, garantisce controllo della qualità, monitoraggio e trasparenza della gestione merci, tracciabilità a livello mondiale e assistenza dedicata.

e-Commerce

il partner dovrebbe sviluppare anche progetti di outsourcing logistico per rispondere alle diverse esigenze del cliente, anche delle aziende che scelgono di avviare attività di e-commerce con negozi online volti ad ampliare il raggio di distribuzione e migliorare l'esperienza di acquisto dei consumatori finali, come è tipico nel settore Moda. Questo significa, il più delle volte, gestire in parallelo – con dinamiche e soluzioni differenziate – tanto il canale di vendita tradizionale quanto la logistica relativa al commercio elettronico, che necessita come noto di un servizio particolarmente celere con tempi di resa molto brevi.

Inoltre dovrebbe fornire il supporto dei servizi di tracciabilità.

Made in Italy

Quando poi si mira anche a tutelare un brand del Made in Italy, in ambito Fashion quel che conta di più è garantire e rendere efficiente e sicura tutta la Supply Chain: dalla ricezione dell'ordine, alla consegna del prodotto in negozio alla successiva gestione e ritiro del reso. Questa strategia diventa cruciale nei processi di internazionalizzazione, in relazione all'espansione ed evoluzione di un qualunque marchio. Un'esigenza tipica in questi contesti è quella di dover terziarizzare le attività di logistica distributiva ad un operatore logistico in grado non soltanto di offrire un ampio numero di servizi ma anche condizioni tariffarie vantaggiose.