



10:30 Apertura Carlo Gagliardi (Presidente - AIM Italia)
Gaetano Giannetto (Fondatore e Presidente - Epipoli)

11:00 Sessione 1
L'Innovazione nella GDO in Italia passa per Soluzioni su Misura

A ciascuno il suo sistema ...

Chairman: Roberto Schiavo (Reg. Sales Dir. IMEA - Datalogic Scanning)

- ✓ Testimonianza: "Eliminare la localizzazione per il miglioramento dei processi organizzativi e amministrativi"
Relatore: Maurizio Barsacchi (Resp. Area, SI - Conad del Tirreno)
- ✓ Testimonianza: "Parlando a -30°: un'esperienza di voice picking"
Relatore: Mirko Chiara (Assistente Ricerca e Sviluppo - Frigoscandia)
- ✓ Testimonianza: "Il Made in Italy come fattore distintivo, dalla produzione al consumo: il caso Bellavista"
Relatore: Mario Beltrami (Sales & Marketing - SAIT)

11:45 Pausa caffè

12:15 Sessione 2
L'Ottimizzazione nel Punto Vendita attraverso le Tecnologie di Identificazione

... per aumentare la competitività

Chairman: Massimo Bolchini (Direttore Area Tecnica - Indicod-Ecr)

- ✓ Case Study 1 - La competitività è solo un problema di prezzo?
Relatore: Massimo Borsari (Responsabile Sistemi Informativi - Iper GD)
- ✓ Case Study 2 - Raccolta dati e controlli sul punto vendita
Relatore: Livio Bernocco (Responsabile Sistemi Informativi - Dimar)
- ✓ Case Study 3 - Gestione delle frodi
Relatore: Bruno Biasi (Auditor - Gruppo Lombardini)

13:00 Pausa pranzo e visita all'Esposizione QUID

14:30 ... e per migliorare la customer experience

Chairman: Ing. Gianmario Braidotti (Direttore Generale - S3)

- ✓ Case Study 1 - Accessibilità di informazioni multimediali (chioschi)
Relatore: Maurizio Besurga (Direttore Sistemi Informativi - Mediaworld)
- ✓ Case Study 2 - Le evoluzioni del negozio del futuro
Relatore: Claudio Lorezoni (Direttore, Iper di Piacenza - Coop Nord Est)
- ✓ Case Study 3 - Le evoluzioni del rapporto tra aziende di distribuzione e consumatori
Relatore: Matteo Veneziani (Managing Partner - B-CON Business Consulting)

15:30 Pausa caffè

16:00 Tavola Rotonda
Il problema dell'uovo e della gallina (al banco del fresco)

Chairman: Franco Musiari (Segretario Generale - AIM Italia)

Intervengono: Bruno Berra (Sales Manager - iAnywhere)
Vio Cavrini (R&D Manager - Di.Tech)
Cesare De Vecchi (Store Solutions Manager - Wincor Nixdorf)
Ubaldo Montanari (Direttore Generale - Hi-Pro)
Andrea Roagna (Amministratore Unico - Techno Logica)
Alberto Santinello (General Manager - Retailix Italia)

CON IL SUPPORTO DI



Member of GS1



✓ La Grande Distribuzione è il fulcro di un ecosistema commerciale che in Italia negli ultimi decenni ha affrontato profondi processi di trasformazione, principalmente caratterizzati da progressive concentrazioni anche con l'ingresso di attori internazionali. La Grande Distribuzione Organizzata (GDO) è costituita da punti vendita che operano sotto una stessa insegna e che storicamente coprono tutti alcune ben note categorie di beni di largo consumo.

L'effetto combinato dei recuperi di efficienza - obiettivo delle progressive concentrazioni - e la complessità derivante dalla crescente eterogeneità delle categorie merceologiche da gestire hanno avvicinato il management a tutte quelle tecnologie che potessero virtualmente ridurre a zero le inefficienze e gli errori nella gestione operativa e amministrativa degli scaffali. Tra queste spiccano il voice-picking e l'RFID.

L'eterogeneità nel panorama italiano della GDO richiede però una corretta declinazione dei benefici derivanti dalle diverse tecnologie a seconda dei modelli organizzativi effettivamente in essere, sottolineando in particolare le peculiarità delle strutture che operano in logistica centralizzata, delle strutture che operano in logistica decentralizzata e di quelle che hanno optato per l'outsourcing.

✓ L'incremento di efficienza nelle operazioni di magazzino permette di ottenere benefici fondamentali per rimanere competitivi e leader nel proprio settore. I risultati riscontrati in aziende che hanno implementato soluzioni di tracciabilità e di automazione nell'interazione tra operatore e sistema informativo dimostrano come queste siano adatte ed efficaci non solo in realtà di grandi dimensioni, ma anche e soprattutto nelle realtà di medie dimensioni e/o a forte decentralizzazione.

Tipicamente, l'aumento di produttività - e spesso anche il minor stress imposto agli operatori - giustificano ampiamente gli investimenti tecnologici e il tempo speso per la formazione del personale e per aggiornare il sistema informativo. La riduzione degli errori e l'automazione del processo di riassorbimento permettono di ripensare sia alla consistenza degli organici, sia alle superfici destinate al magazzino.

Presentare i benefici solo sul piano dei costi e dell'efficienza è tuttavia limitativo. Tali tecnologie possono infatti anche rivoluzionare l'esperienza di acquisto, abilitando vere e proprie attività di self-service dove il consumatore può scegliere i prodotti da acquistare e magari anche evitare la fila alla cassa.

✓ L'adozione di nuove tecnologie informatiche in Italia si ferma spesso di fronte a due tipi fondamentali di criticità: la resistenza a dover rivoluzionare il lavoro dipendente in un settore sindacalizzato e la difficoltà a integrare le nuove tecnologie all'interno di sistemi informatici proprietari e spesso obsoleti.

Ad una consapevolezza dei benefici tangibili derivanti dall'adozione delle nuove tecnologie fa spesso da contraltare l'assenza di un impegno convinto per lo stanziamento di risorse economiche, volte non solo alla modernizzazione del portafoglio tecnologico, ma anche e soprattutto all'adozione di nuove strategie e di più innovativi modelli organizzativi abilitati dalle nuove tecnologie.