

ANTONY MORATO

La gestione della supply-chain tra innovazione e integrazione

Antonio Buonocore
Head of IT & Operations

20 aprile 2018

Il Contesto

Il Gruppo

Il Gruppo Antony Morato nasce nel 2007 e svolge la propria attività nel settore della produzione e commercializzazione di abbigliamento uomo/bambino.

Risultati

Il fatturato chiude il 2016 con risultati molto positivi raggiungendo i 100 milioni di Euro di fatturato, con un incremento sostanziale rispetto ai 91 dell'anno precedente.

Internazionalizzazione

L'azienda conferma la sua vocazione internazionale: il business derivante da mercati esteri si conferma al 70% del totale, grazie alla presenza in oltre 60 paesi e filiali in Spagna, Germania e Francia.



I nostri Clienti

60

Paesi

2.600

Clienti wholesale

20

Clienti Online



100

Negozi monomarca

9

Outlet fisici direzionali

50

Punti vendita direzionali

Supply-Chain



Fornitori



Magazzini



Contesto logistico

20

Categorie
merceologiche

1.400

Nr.
Referenze / Collezione

2

Collezioni / Anno

4

milioni

Capi / Anno

1

milione

Capacità max stoccaggio

9.000

SKU per collezione

Il cambiamento

Antony Morato è passato da un contesto in cui il successo del prodotto era dovuto principalmente alle sue **caratteristiche stilisticamente innovative**, ad una fase di consolidamento del brand, in cui la differenza non è costituita solo dal prodotto, ma dall'**insieme di servizi** forniti a corredo.

Oggi, i vari brand concorrono e **si sfidano sul piano dei servizi**, perché la relazione con il consumatore funziona se accompagnato da servizi adeguati, che consentono di rispettare e adeguarsi alle regole del mercato.

Innovazione e Integrazione

L'Azienda si è impegnata in un processo di cambiamento attraverso l'impiego massivo della tecnologia all'interno dei processi per una filiera più efficiente.

INNOVAZIONE LOGISTICA

- Insourcing della gestione Outlet e Left Over
- Introduzione e consolidamento di un WMS
- Acquisizione know-how e ottimizzazione dei processi interni
- Evoluzione RFID per un tracciamento completo (attualmente solo Retail)
- Sperimentazione Dropship Online

INTEGRAZIONE DEI PROCESSI

- Introduzione di un sistema di Supply-Chain Management su tutta la catena di fornitura per un controllo della filiera
- Introduzione di un concetto di "logistica estesa" in cui ogni attore operi in modo da generare un beneficio per l'anello successivo.

Tracciamento completo dei flussi e dei processi

Supply-Chain - architettura generale

Il data entry è in carico esclusivo a chi genera il dato



ANTONY MORATO

- Definisce la collezione
- Acquisisce Ordini Clienti
- Gestisce budget e Calcola proiezioni di vendita
- Genera Fabbisogni e Commesse di produzione per prodotto finito

- Pubblica commesse di produzione, schede tecniche, tabelle misure, EAN, Prezzi e le informazioni necessarie al fornitore.
- Contratta prezzi e date di consegna



Manifatturiero

- Acquisisce Commesse
- Gestisce fabbisogni di materia prima
- Gestisce fasi di lavorazione
- Genera avanzamenti delle commesse di produzione
- Genera documenti di spedizione

- Registra avanzamenti di produzione e documenti di spedizione (DDT) che vengono trasformati automaticamente in avvisi di carico per il magazzino



Logistica

- Acquisisce avvisi di carico e ordini di lavoro
- Gestisce i processi logistici di picking e packing
- Gestisce le extra-lavorazioni

- Registra l'esito del Controllo Qualità relativi ad avvisi di carico dal fornitore e resi dei clienti.



Cliente

- Riceve avvisi di consegna
- Registra le pratiche di reso ed eventuali non conformità di prodotto.

- Registra l'esito del Controllo Qualità relativi ad avvisi di carico dal fornitore e resi dei clienti.

Supply-Chain Management

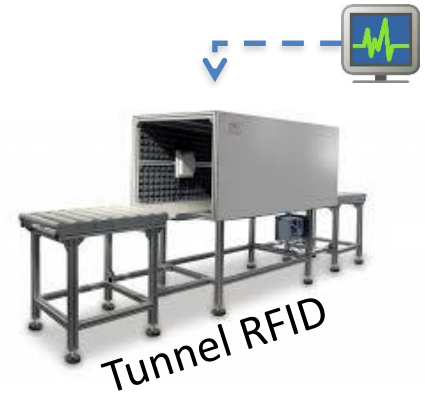
Logistica

Automazione dei flussi



Definizione delle regole di picking in relazione alla tipologia di ordine

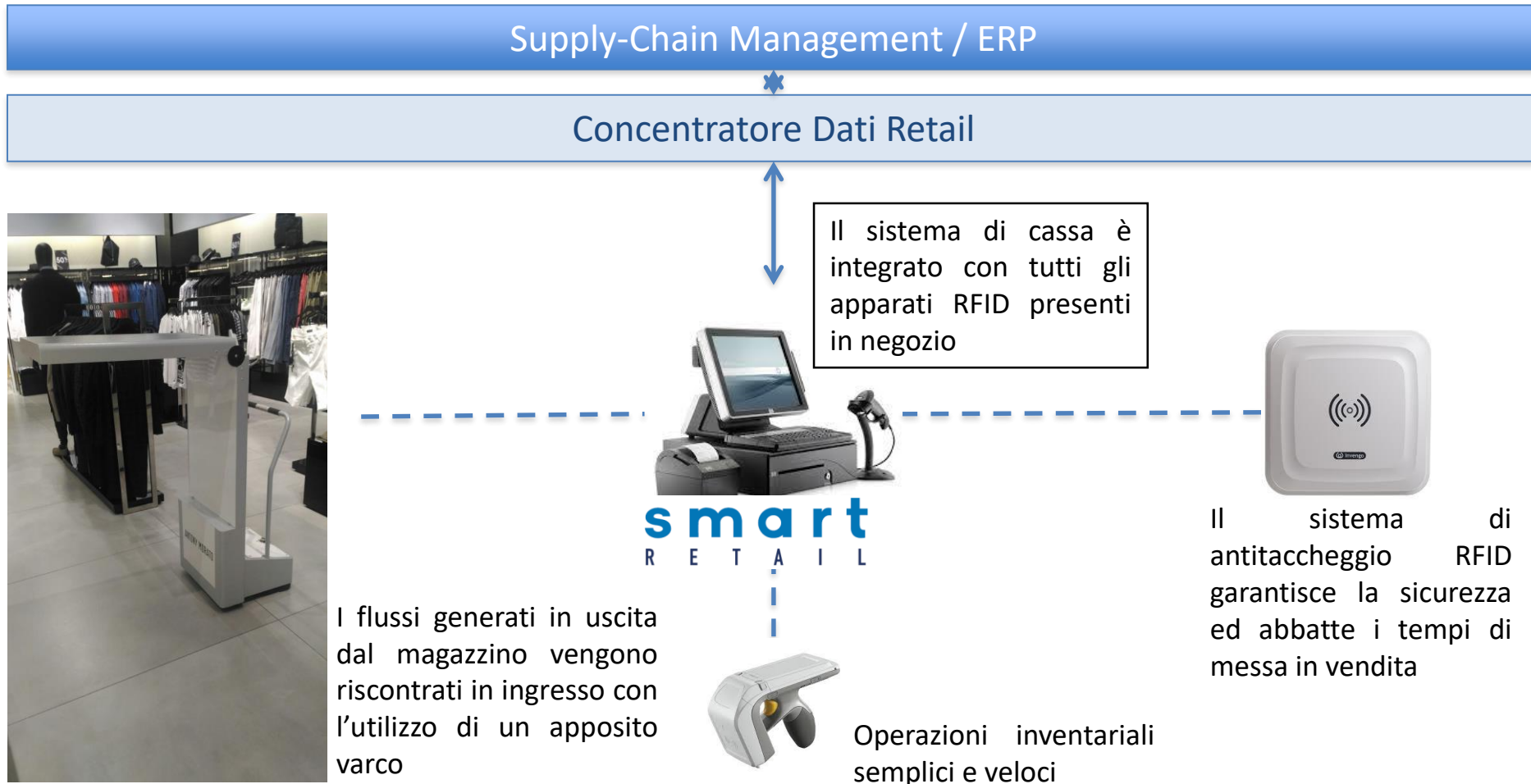
Sorting automatico per la gestione del packing



- Controllo di conformità in relazione all'ordine iniziale.
- Generazione dei flussi RFID (EPC) per ciascun collo, per il riscontro in negozio

Retail

Tracciamento completo con l'uso della tecnologia RFID



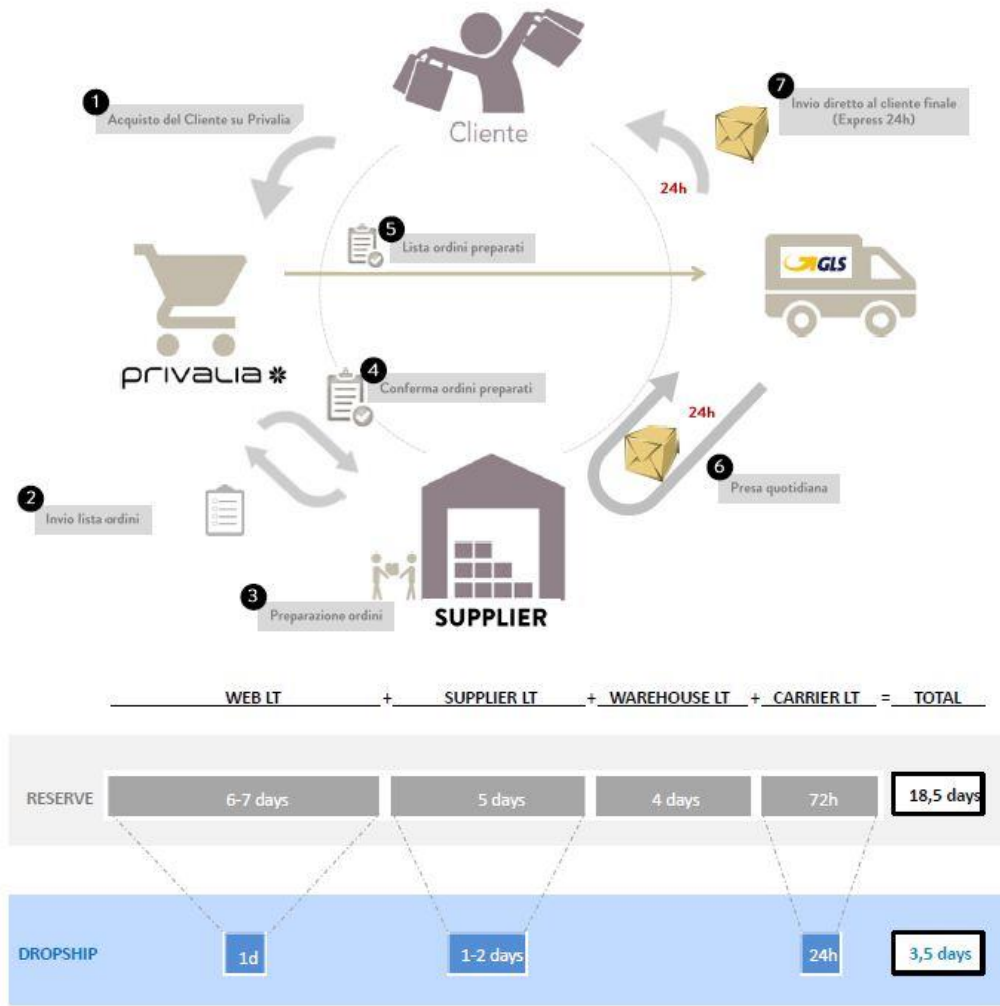
Dropship - Il caso Privalia

L'Online è quasi sempre sinonimo di personalizzazione: la flessibilità del WMS e l'integrazione tra i sistemi hanno consentito di gestire agevolmente una nuova sfida.

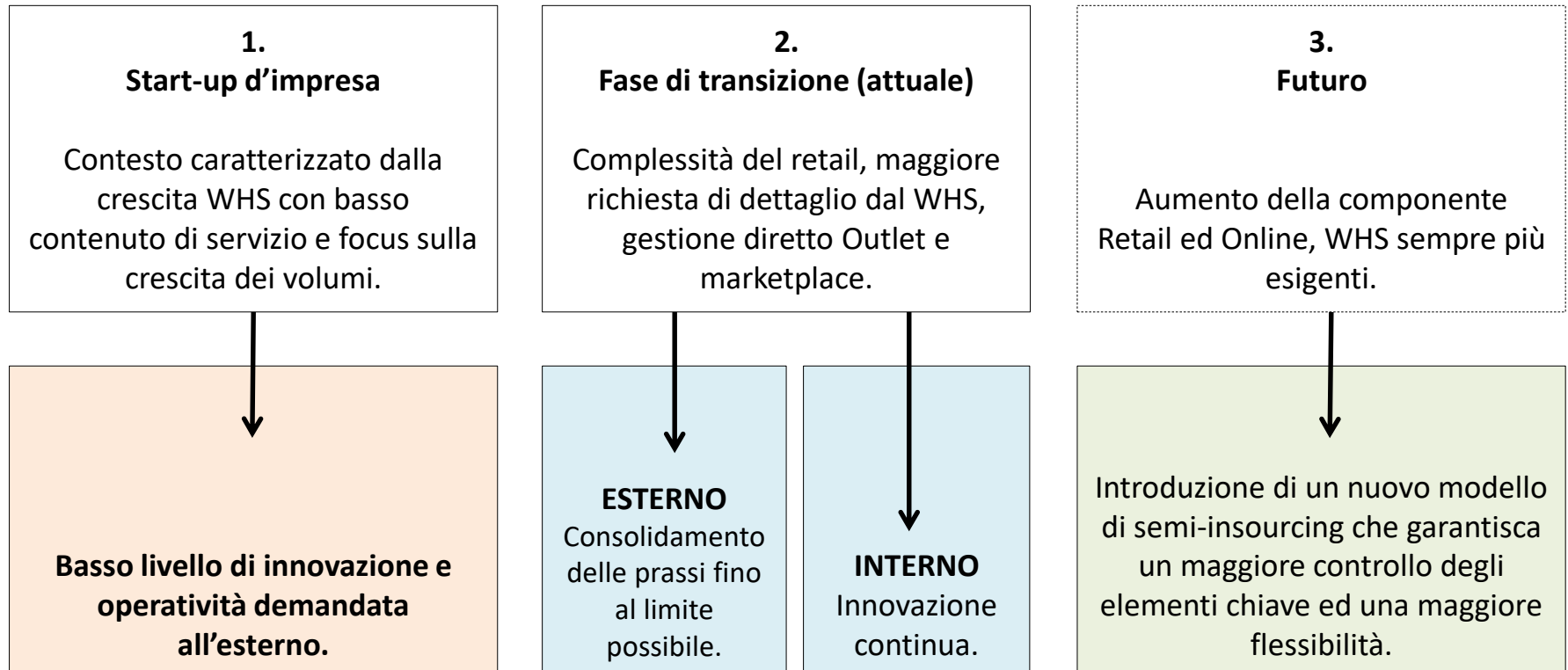
Durata CV	12 gg
Media #Capi/Giorno	1.019,85
Media #Ordini/Giorno	385
Media #Capi/Ordine	2,6
Customer LT	2,49
Ripetizione	13%

#Capi	#Ordini
1	1591
2	1443
3	852
4	498
5	242
6	157
7	96
8	47
9	26
10	16
>10	45

DROPSHIP



Evoluzione dei nostri servizi di logistica



Grazie per l'attenzione !!!