

Intervista con Franca Scagliarini, amministratore delegato di Transmec Log

QUALITÀ E COLLABORAZIONE, LE CARTE VINCENTI DI **TRANSMEC LOG**



FRANCA SCAGLIARINI,
AMMINISTRATORE DELEGATO
DI TRANSMEC LOG

La divisione servizi logistici del gruppo Transmec sta acquisendo sempre maggior importanza nell'ambito del gruppo. Oggi questa azienda si pone sul mercato come fornitore di servizi logistici completi, orientati alla massima qualità, completezza e collaborazione con il cliente. La miglior ricetta da seguire per fronteggiare ben saldi l'attuale contesto economico



Trasporti, logistica e servizi: con queste tre parole chiave il gruppo Transmec opera, dall'Italia verso tutto il mondo, in modo completo nel settore della movimentazione e gestione logistica.

In quest'ultimo incontro, concentriamo la nostra attenzione su Transmec Log, di cui Franca Scagliarini è amministratore delegato, con deleghe operative e gestionali soprattutto sullo sviluppo e sulla razionalizzazione delle diverse aree logistiche gestite dalla società. Con oltre vent'anni di esperienza in questo settore, Franca Scagliarini ha coperto diversi ruoli all'interno di società di trasporto e di logistica, dedicate anche alla grande distribuzione e al food. Opera in Transmec da

otto anni, di cui l'ultimo come responsabile della divisione Transmec Log, occupandosi altresì di tutta la gestione delle risorse umane e dei contratti di appalto del gruppo.

Logistica Management: Come si profila Transmec Log all'interno del gruppo?

Franca Scagliarini: Transmec Log è nata come divisione logistica del gruppo Transmec. Su questa divisione, il gruppo ha investito molto negli ultimi due anni: di conseguenza si è così passati da una semplice componente del servizio di trasporto, a una realtà con una sua identità, una sua struttura e un organigramma ben definito. In termini di giro d'affari, Transmec Log genera circa il



10% dei risultati del gruppo, ma dal punto di vista strategico sta diventando sempre più importante e inoltre, non dimentichiamo che la crescita degli ultimi esercizi è stata intorno al 30% annuale. Una crescita che vogliamo perseguire anche per il futuro: anzi, il nostro obiettivo è

quello di sviluppare ulteriormente il nostro business, fino a raddoppiare i nostri volumi per l'anno 2010. Per fare ciò, vogliamo innanzitutto farci conoscere meglio come divisione logistica, soprattutto all'interno del territorio nazionale: la nostra impressioni infatti è che



Transmec sia addirittura più nota all'estero che in Italia. Inoltre, sempre nell'ottica dell'espansione, intendiamo allacciare, fra la fine del 2009 e l'inizio del 2010, nuove partnership/collaborazioni con altri operatori logistici italiani che operano in settori diversi dal nostro, compreso il trasporto nazionale. Riusciremo così a fornire un servizio al cliente sempre più completo.

Inoltre, fra gli obiettivi che ci siamo posti entro il 2010, vi è anche quello di razionalizzare le nostre aree logistiche: sia quelle derivanti dalle acquisizioni del 2008, sia quelle relative a diverse attività dislocate nel tempo fra Bologna, Modena e Milano, che dovranno essere gestite e accorpate secondo nuove esigenze e strategie. L'idea di fondo di Transmec Log è comunque quella di svilupparsi su clienti molto fidelizzati, soprattutto nel settore moda e nel settore del mobile di lusso. Due "nicchie" di mercato sulle quali riteniamo di poter offrire un servizio di altissimo livello.

DC: Vogliamo chiarire meglio i segmenti di mercato in cui Transmec Log è maggiormente attiva?

FS: In base alle nostre valutazioni, riteniamo opportuno perseguire innanzitutto i due

segmenti detti sopra: quello della moda, che comprende pellami e accessori, e quello del mobile di alta gamma. Il primo per noi include sia la pelletteria, che il capo appeso o prodotto finito. In particolare, possiamo offrire una notevole competenza sulla gestione, lavorazione e controllo qualità delle materie prime, per esempio del taglio di pellame o di tessuto, come anche degli accessori come bottoni, cerniere, etichette e così via. Per alcuni clienti, gestiamo tutta la catena che va dalla fornitura della materia prima fino alla produzione, compresa la verifica della qualità della materia prima e degli elementi accessori, e successivamente tutta la distribuzione, dalla produzione alla vendita (vedi box dedicato ad uno dei nostri principali clienti). Anche nel settore del mobile sappiamo di poter offrire un servizio di altissima qualità, e andremo anche a proporlo, nel prossimo autunno, con convention specializzate in distretti eccellenti, come quelli delle Marche e della Lombardia.

Altro segmento che costituisce per noi una punta di eccellenza, è la gestione di packaging e imballi speciali, che possono andare dal legno al ferro, per clienti specifici. Per esempio possiamo gestire l'imballo completo di mac-

chinari speciali diretti all'estero, con soluzioni fortemente personalizzate, basate anche su aree di magazzino dedicate.

Queste attività specialistiche derivano anche da precedenti acquisizioni di altri operatori logistici. Operazioni, queste, che ci hanno aperto nuove aree di business e che pensiamo di portare avanti anche in futuro, se ne avremo la possibilità. Le acquisizioni sono viste infatti come importanti opportunità di sviluppo della nostra attività, particolarmente se sono dirette a operatori eccellenti nei propri segmenti di mercato, con attività fortemente specializzate. In questo modo possiamo allargare sia le nostre competenze, che il nostro giro d'affari. Transmec Log, sottolineo, è interessata a collaborazioni e partnership con aziende italiane operanti nel settore logistico e in particolare con attività riconducibili al servizio di packaging e imballi speciali, per rafforzare la sua attuale posizione nel settore.

Infine, un altro fronte su cui siamo attivi, che deriva da un'esigenza contingente, è quello di riempire alcune aree di magazzino rimaste non sufficientemente utilizzate a causa dell'attuale rallentamento dei consumi. A questo proposito siamo

disponibili, per esempio, per attività di co-packing, picking e riconfezionamento, etichettatura pezzi, controllo qualità, assemblaggio e lavorazioni speciali, che danno valore aggiunto rispetto alla semplice attività logistica di magazzino.

LM: Valore aggiunto, servizio di qualità, eccellenza: che significato hanno per Transmec Log? In quale modo opera l'azienda?

FS: La nostra attività viene svolta con un ristretto numero di operatori alle dirette dipendenze di Transmec Log, e con una serie di operatori esterni, ma che controlliamo direttamente. Sono sì cooperative, ma raggruppate in un consorzio di cui Transmec detiene una quota di partecipazione. Con il supporto di queste società specializzate, o anche appartenenti al nostro gruppo, siamo noi che effettuiamo tutti i controlli: dall'elaborazione dei cedolini paga alla gestione delle problematiche del lavoro, dalla verifica della regolarità del contratto fino anche alla ricollocazione del personale. Rispetto ad altri competitor, noi possiamo garantire, come punto di forza della nostra offerta, un controllo diretto sulla "filiera" degli operatori. Le società che ci supportano sono sì indipendenti e libere sul mercato, operando sia per il gruppo Transmec che per operatori terzi – e quindi sono responsabili del proprio operato – ma la nostra quota di partecipazione ci permette effettivamente di verificare tutto il processo.

E questo rientra nel nostro concetto di qualità del servizio. Il nostro obiettivo non è quello di competere con grandi operatori internazionali – e men che meno solo in termini economici! – bensì quello di avere clienti fidelizzati e correttamente serviti,

L' "Arcte" della logistica

Transmec sta operando con particolare successo in alcune nicchie di mercato, principalmente il settore dei mobili di alta gamma (con clienti di assoluto prestigio internazionale) e in quello della moda/tessile. In quest'ultimo, sottolinea, offre una particolare competenza nella logistica delle materie prime, aggiungendo infatti tutta una serie di competenze legate al controllo della loro qualità. Fra i clienti del mondo tessile vi è per esempio Arcte, da oltre cinquant'anni player di spicco in Italia nei settori intimo, pigiama, homewear e costumi da bagno uomo, corsetteria, lingerie e beachwear donna, con marchi ben noti come per esempio Argentovivo, Bacirubati, Julipet e Allen Cox. Il gruppo Arcte serve circa 4mila clienti, di cui tremila in Italia e un migliaio all'estero. Sono

principalmente negozi specializzati come anche rivenditori di abbigliamento o department stores di fascia alta, che serve attraverso agenti (Italia ed Europa) o importatori (resto del mondo). La partnership con Transmec aveva diversi obiettivi: l'integrazione della filiera dal filato al prodotto finito, l'ottimizzazione di spazi e risorse, la riduzione del time to market, la padronanza della catena di approvvigionamento e dei suoi costi, il mantenimento di standard qualitativi elevati e l'integrazione completa del trasporto e della distribuzione. A un'approfondita fase di analisi del processo, ha fatto seguito un'altrettanto dettagliata fase di implementazione, che ha tenuto conto di tutti gli aspetti, dai macchinari necessari all'integrazione software, dalla formazione del personale all'elaborazione di statistiche di gestione. Il sistema si compone innanzitutto di tutte le fasi di logistica inbound, con la ricezione delle materie prime (tessuti, etichette, cerniere, bottoni), il controllo della qualità, lo stoccaggio in ambienti opportunamente attrezzati e l'inoltro ai centri

produttivi secondo logiche di fornitura opportunamente definite. Inoltre, Transmec gestisce per Arcte tutta la logistica del prodotto finito: in questo caso si partirà dalla ricezione direttamente dal fine linea di produzione; in questa fase il controllo qualità è fondamentale e prevede la verifica dei capi prodotti con tutti i necessari interventi di ricondizionamento, smacchiatura, stiratura e piegatura. Magazzinaggio, gestione ordini in uscita con la ricezione dei piani di preparazione per i clienti finali e distribuzione in tutto il mondo, con la flotta Transmec, completano il servizio offerto. I risultati ottenuti sono stati ampiamente positivi: Arcte può beneficiare infatti di un partner logistico unico per tutti gli aspetti delle sue supply chain, che consente una miglior gestione e pianificazione dei processi, con ovvi benefici in termini sia operativi che commerciali.



con cui vi sia una continua interazione. Le nostre offerte si elaborano e prendono forma insieme al cliente, confrontandosi sulle sue effettive esigenze, in modo completamente integrato e dettagliato, anche in termini di costi. In questo modo riteniamo di poter dare quel valore in più a livello di servizio, che i clienti importanti stanno cominciando a richiedere. Per questo è così elevata la nostra attenzione alla qualità del servizio e soprattutto a quei servizi in più, che vanno al di là della semplice attività di magazzino o di picking. Sempre per migliorare la nostra offerta, stiamo portando avanti anche un importante progetto di riorganizza-

zione software e hardware. Abbiamo deciso di adottare il software WMS di Incas per la gestione di tutti i nostri magazzini, con l'idea di integrare progressivamente le diverse realtà che abbiamo in gestione. Tali differenze, dovute all'esigenza di una miglior integrazione con i nostri clienti, dovranno essere via via superate con l'adozione di questo nuovo software unico; l'idea infatti è quella di completare questa migrazione entro la metà 2010, coinvolgendo i nostri principali clienti. Nell'ambito di questo progetto è prevista anche l'omogeneizzazione delle tecnologie di riconoscimento, come simbologie barcode e relativi strumenti di lettura,

per le quali vale la stessa situazione rilevata nel software. L'unificazione di queste fa parte dello stesso progetto che stiamo portando avanti con Incas, che prevede infatti uno specifico studio di questi aspetti. Nell'ottica di un giusto compromesso fra le esigenze del cliente, che vanno verso la personalizzazione, e le nostre di gestione, che vanno al contrario verso la standardizzazione e unificazione del sistema.

Insomma per noi la terziarizzazione dei servizi logistici prevede una fornitura completa: dalla tecnologia necessaria per svolgere un servizio, al personale operativo, ma con in più un controllo completo di tutta la filiera dell'ap-

palto. L'aspetto del personale è di grandissima importanza in questo tipo di servizio, e costituisce uno dei nostri tanti punti di forza. Anzi, per la ricollocazione del lavoro e del personale, abbiamo creato una realtà nostra, Chakra Job - Energie per il lavoro, con cui gestiamo tutti gli aspetti di questa delicata questione, anche nei suoi aspetti contrattuali e legali. Un'offerta che consente al nostro cliente di sentirsi particolarmente tutelato. E sempre in merito alla sicurezza e alla garanzia del lavoro, siamo supportati anche dalla Hub Insurance Brokers, la società di brokeraggio assicurativo interna al gruppo Transmec, con cui possiamo fornire

ulteriori garanzie al cliente soprattutto in caso di carichi speciali o di particolare valore per merci stoccate in magazzino.

DC: La domanda ineludibile: come vedete l'attuale contesto economico? E quali idee proponete per affrontarlo?

FS: Sì, anche noi abbiamo constatato gli effetti del rallentamento generale. Le merci sostano di più in magazzino, anzi, talvolta l'invenduto supera il prodotto in uscita, soprattutto nel campo del fashion. Personalmente, non abbiamo perso clienti, e questo ci dà molta soddisfazione, ma le aree di magazzino scontano poca movimentazione, e aumentano le richieste di rinegoziazione

delle tariffe anche in presenza di contratti pluriennali. L'attenzione all'aspetto finanziario è diventata prioritaria. Ma attenzione: questo non può e non deve essere l'unico aspetto da considerare, soprattutto in periodi di crisi. Stiamo assistendo infatti a un certo movimento nel mercato e ci piacerebbe capire se le aziende vogliono esternalizzare la logistica solo per spendere meno, oppure per avere un servizio migliore. Secondo noi è su quest'ultimo aspetto che si deve puntare. Ed è questa, dal canto nostro, la ricetta giusta in tempi di crisi. La carta vincente in questo periodo, non è cedere verso offerte logistiche a bassissimo costo – che anzi, a nostro avviso possono

anche danneggiare il mercato – ma perseguire la massima integrazione fra operatore logistico e cliente. Non ci può essere un'offerta logistica basata solo sulla tariffa; l'offerta deve partire dalle esigenze del cliente, e da queste anzi bisogna partire per dare sempre di più. Di più rispetto al solo servizio di magazzino, di più rispetto a ciò che il cliente chiede: bisogna essere propositivi, lavorare insieme e scommettere insieme sul risultato futuro. Noi vogliamo essere quel tipo di interlocutore concreto e sempre disponibile, a cui il cliente possa affidare con tranquillità tutta la sua "post-produzione". E perché no, puntiamo sull'italianità: puntiamo a stringere partnership

logistiche italiane, perché sentiamo il bisogno anche di questo tipo di fidelizzazione. Questo è il messaggio che vogliamo dare: Transmec, gruppo a capitale privato con al vertice da oltre 150 anni la famiglia Montecchi, vuole continuare ad investire; noi, manager e operativi, siamo pronti e vogliamo migliorare il lavoro quotidiano, coinvolgendo i collaboratori di ogni livello. Vogliamo e abbiamo l'obbligo di portare risultati soddisfacenti alla proprietà che scommette e investe su questo gruppo e siamo pronti ad affrontare il futuro tutti insieme anche con i nostri clienti che salutiamo e ringraziamo per la collaborazione quotidiana. □
(*Cecilia Biondi*)

EFFICIENZA