

TAVOLA ROTONDA

Distribuzione industriale: un mondo in evoluzione

(1ª parte)

Il mondo della distribuzione industriale sta vivendo una fase di profondi cambiamenti e, di conseguenza, evolve continuamente il ruolo del distributore. Dalle sinergie di filiera sempre più importanti all'integrazione delle diverse tecnologie fino all'introduzione della digitalizzazione nell'industria, un passo 'obbligatorio' per le aziende. InMotion ha intervistato alcuni distributori che operano all'interno dell'industria italiana della componentistica per la potenza fluida, la trasmissione di potenza meccanica e il controllo e l'automazione dei processi.

di Silvia Crespi

InMotion: Le sinergie di filiera sono sempre più importanti per efficientare la produzione. In questo contesto, come si sta evolvendo il ruolo del distributore?

Maria José Massaro, CONRAD ELECTRONIC: L'affidabilità delle catene di approvvigionamento è cruciale, soprattutto in tempi di carenza di forniture.

Per evitare i fermi di produzione sono necessari partner forti ed esperti. Conrad è stata fondata in Germania più di 100 anni fa e opera in Italia dal 2013. Il risultato di questi molti anni di attività sul mercato è una rete di fornitori affidabile e ben collegata a livello internazionale.

Inoltre, disponiamo di un'ampia selezione di prodotti con oltre 1 milione di offerte per le esigenze tecniche dei nostri clienti commerciali, che rendiamo possibile, tra l'altro, attraverso il nostro marketplace. Attualmente ci stiamo concentrando sugli acquisti "cross border", per consentire ai nostri clienti di tutta Europa un approvvigionamento ancora più agevole.

Giampaolo Sala, INTERFLUID: Negli ultimi anni, abbiamo osservato una significativa evoluzione del ruolo del distributore. Ora, si tratta non solo di fornire componenti, ma anche di agire come un vero e proprio partner strategico. Questo include collaborazioni più strette con i produttori per garantire l'ottimizzazione dei componenti e fornire un supporto completo ai clienti, dalla fornitura alla manutenzione degli impianti oleodinamici e pneumatici. È un approccio che richiede una visione più integrata e collaborativa della filiera.

● Maria José Massaro,
Managing Director Italy
CONRAD ELECTRONIC.



TAVOLA ROTONDA



● Gianpaolo Sala, Managing Director INTERFLUID

Marco Beltramo, RS ITALIA: A seguito di una crescente enfasi sulle sinergie di filiera, il ruolo di distributore si è evoluto nel tempo, assumendo sempre più una connotazione di partner strategico in grado di gestire l'intera catena del valore.

Il distributore, infatti, gioca un ruolo decisivo nel rispondere ai bisogni di tutti gli attori coinvolti: garantisce al cliente finale la disponibilità fisica dei prodotti, assicurando elevati livelli di servizio e continuità di fornitura, e al produttore la possibilità di ottimizzare la produzione, migliorando la propria performance operativa. Inoltre, il distributore contribuisce ad un incremento della competitività complessiva e della sostenibilità dell'intera catena del valore tramite l'offerta di soluzioni lean per digitalizzare il ciclo d'acquisto e ottimizzare la gestione dello stock.

Maurizio Selini, TELMOTOR: Da sempre Telmotor ha scelto di essere non solo semplice fornitore di un'attenta selezione di marchi e prodotti, ma di offrire un servizio consulenziale completo e integrato, in grado di agevolare le scelte dei clienti già in fase progettuale. È proprio il confronto continuo con le richieste e le necessità del mercato a permettere a Telmotor di definire la soluzione migliore per la specifica esigenza.

Il nostro approccio si basa su innovazione, servizio tecnico e soluzioni integrate: crediamo siano questi gli elementi della naturale evoluzione verso il ruolo consulenziale del distributore.



InMotion: Oggi l'integrazione multidisciplinare è indispensabile. È essenziale che produttori, distributori e clienti condividano standard e tecnologie. Come si può raggiungere questo obiettivo?

Maria José Massaro, CONRAD ELECTRONIC: Forniamo da 100 anni l'accesso alla tecnologia, abbiamo un'attenzione particolare per i clienti e sappiamo anche di cosa hanno bisogno i nostri venditori. Consentiamo a produttori e distributori di accedere a nuovi gruppi target e mercati in modo rapido e semplice attraverso il Marketplace Conrad. Consentiamo ai nostri clienti commerciali di approvvigionarsi in modo efficiente con l'aiuto di moderne connessioni di e-procurement. Anche le aziende più piccole possono collegarsi elettronicamente alla piattaforma di sourcing Conrad. Il nostro strumento Conrad Smart Procure, basato su browser, è a loro disposizione.

Giampaolo Sala, INTERFLUID: Essere un System Integrator specializzato in più discipline è cruciale nell'attuale contesto industriale per gestire progetti complessi. L'integrazione di diverse discipline tecniche come oleodinamica, pneumatica ed elettronica consente di offrire soluzioni efficienti e versatili, migliorando la gestione dei processi e sviluppando soluzioni personalizzate. Questo approccio ottimizza i tempi di realizzazione e aumenta l'efficacia dei progetti. Inoltre, la capacità di integrare queste diverse competenze rende un System Integrator più competitivo, in grado di offrire un valore aggiunto significativo rispetto ai concorrenti focalizzati su un

singolo campo. La padronanza di più discipline è dunque un vantaggio strategico che porta a maggiore efficienza, innovazione e competitività sul mercato.

Marco Beltramo, RS ITALIA: L'integrazione multidisciplinare è ormai un imperativo nell'ambiente competitivo odierno che richiede una collaborazione stretta tra produttori, distributori e clienti finali. Per raggiungere con successo questo obiettivo si possono adottare diverse strategie, tra cui la standardizzazione tecnologica tra tutti gli stakeholders, al fine di facilitare l'interoperabilità e semplificare lo scambio di informazioni tra i vari attori della filiera.

È importante, quindi, introdurre sistemi e tecnologie che premiano l'aderenza agli standard, alle tecnologie condivise e alle policy in vigore.

Un esempio è l'utilizzo di abilitanti digitali che consentono l'integrazione del catalogo del fornitore nell'ERP del cliente al fine di digitalizzare il ciclo di acquisto, garantendo compliance ai processi aziendali. Utile è anche la creazione di un ambiente in cui tutte le parti possano condividere conoscenze, sfide e soluzioni: forum di settore, conferenze e piattaforme digitali possono facilitare questo scambio, incoraggiando una cultura di trasparenza e collaborazione.

È necessario, infine, instaurare un modello di governance condivisa nella definizione delle regole e delle linee guida dell'integrazione: la partecipazione attiva di produttori, distributori e clienti favorisce, infatti, una gestione condivisa delle risorse.



Maurizio Selini, TELMOTOR: Con scenari in continua evoluzione e cambiamento, è sempre più essenziale saper rispondere a diverse esigenze: ad esempio mantenere in connessione i diversi comparti aziendali o migliorare le performance per generare produttività o ancora organizzare processi che

rispondano alle esigenze delle imprese. La digitalizzazione e l'Industry 4.0 hanno offerto questa possibilità. In questo contesto, Telmotor ha fatto dell'approccio integrato uno dei pilastri del suo tratto distintivo: il dialogo che manteniamo con tutti gli attori del comparto ci permette di comprendere le necessità e fornire soluzioni e tecnologie innovative in continuità sul medio e lungo periodo.

● Maurizio Selini, Business Developer Manager - Digital Innovation TELMOTOR.

InMotion: *La digitalizzazione è un passo fondamentale per diventare un 'Distributore 4.0'. come si sta muovendo la sua azienda?*



Maria José Massaro, CONRAD ELECTRONIC: La digitalizzazione e l'intelligenza artificiale sono entrate da tempo nella nostra attività quotidiana: Oltre alla nostra soluzione basata sull'intelligenza artificiale per la categorizzazione dei prodotti, abbiamo recentemente iniziato a utilizzare uno strumento di previsione basato sull'AI per la programmazione del personale nella logistica.

Da qualche tempo utilizziamo dashboard supportati dall'intelligenza artificiale per i venditori e la visualizzazione di prodotti alternativi nel nostro negozio online. Tuttavia, noi di Conrad siamo ancora convinti che il fattore umano sia es-

senziale, soprattutto nel settore B2B. Il dialogo personale con i clienti fa quindi parte del portafoglio della Conrad Sourcing Platform tanto quanto le innovative soluzioni digitali di approvvigionamento.

Giampaolo Sala, INTERFLUID: La digitalizzazione è un aspetto chiave nella trasformazione verso un 'Distributore 4.0'. Stiamo implementando sistemi di gestione dati avanzati per migliorare il tracciamento delle forniture e analizzare meglio le esigenze dei clienti. La nostra strategia include anche l'integrazione di tecnologie come l'intelligenza artificiale, per ot-



TAVOLA ROTONDA

● Marco Beltramo,
Sales Director
RS ITALIA.



timizzare l'efficienza operativa e rispondere in modo più efficace alle richieste del mercato. È un viaggio entusiasmante verso una maggiore efficienza e competitività.

Marco Beltramo, RS ITALIA: RS ha la digitalizzazione nel proprio DNA: essendo riconosciuto sul mercato come "Distributore 4.0", supporta l'evoluzione del Procurement quale leva strategica per lo sviluppo delle organizzazioni, tramite la digitalizzazione dei processi in un'ottica "Procurement 4.0". Il ricorso al digitale, infatti, è diventato indispensabile per garantirsi un modello di business resiliente: a seguito della pandemia e dell'evoluzione del panorama geopolitico, le aziende hanno sviluppato la necessità di digitalizzare i processi relativi all'approvvigionamento di materiale indiretto ed MRO. La tendenza, infatti, è quella di razionalizzare il parco fornitori nella direzione di partnership strategiche strutturate e sostenibili in grado di innovare le modalità operative.

Con quest'obiettivo RS Italia, oltre ad un'ampia gamma di prodotti industriali ed elettronici, offre soluzioni a valore aggiunto che ottimizzano il ciclo di acquisto, garantiscono la continuità delle forniture di beni e servizi e ottimizzano il capitale circolante vincolato.

La gamma include servizi di eProcurement con tecnologia Punch Out, ma anche soluzioni web-based come RS PurchasingManager™. Tra i nostri servizi a valore aggiunto ci sono anche soluzioni di gestione dello stock nella tradizionale configurazione a vaschetta aperta, RS ScanStock, oppure trami-

te l'ausilio di un distributore automatico industriale basato su tecnologia IoT, RS VendStock®: la prima si presta maggiormente a materiale di consumo come raccordi, valvole, filtri, tubazioni idrauliche, cavi e dispositivi di cablaggio, mentre la seconda a materiali di più alto valore e per i quali è necessario garantire la piena tracciabilità dei prelievi come adesivi, sigillanti, nastri e dispositivi di protezione individuale.

Infine, il nostro impegno verso la digitalizzazione si manifesta attraverso una collaborazione strategica con i principali player nell'ambito dell'automazione industriale e tramite l'adozione di tecnologie che sfruttano l'intelligenza artificiale per migliorare i nostri processi e garantire un'esperienza eccellente per i nostri clienti.

Maurizio Selini, TELMOTOR: Come Telmotor, abbiamo da sempre l'ambizione di offrire soluzioni spesso in anticipo rispetto alle richieste del mercato. L'attenzione all'evoluzione tecnologica ha trasformato e integrato la nostra proposta, sempre più orientata all'offerta di soluzioni tecnologiche e digitali particolarmente complesse e performanti. È per questo che abbiamo creato nel 2021 Diginnova, un network di PMI innovative il cui valore aggiunto risiede nelle diverse competenze dei partner che ne fanno parte. Si tratta di un hub di sviluppo di soluzioni digitali industriali, in continua evoluzione, e oggi attivo negli ambiti reti e Cybersecurity, Building solutions, robotica, Virtual commissioning, intelligenza artificiale e manutenzione predittiva. ●

