



Distribuzione industriale: un mondo in evoluzione (2° parte)

Proseguiamo il nostro viaggio nel mondo della distribuzione industriale per scoprire, dalla viva voce dei protagonisti, come sta evolvendo. Sinergie di filiera e integrazione tecnologica, ruolo sempre crescente della digitalizzazione e molto altro... Come si diventa un Distributore 4.0? E quanto è importante rimanere al passo con i tempi?

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?

Alessandro Bandelli, MONDIAL: Tradizionalmente, il distributore agiva prevalentemente come intermediario tra produttori e consumatori, occupandosi della logistica e della distribuzione dei prodotti. Con l'accentuarsi della complessità della catena del valore e la crescente interconnessione nella filiera produttiva, il ruolo del distributore si sta trasformando in quello di un partner strategico nella gestione della catena del valore.

Uno degli aspetti principali di questo cambiamento è il coinvolgimento del distributore fin dalle fasi iniziali del processo produttivo, incluso il co-sviluppo di prodotti e soluzioni. Questo implica una maggiore collaborazione e scambio di informazioni tra tutti gli attori della filiera, al fine di ottimizzare la progettazione dei prodotti, i processi di produzione e la gestione delle scorte.

Un'altra area di evoluzione riguarda l'inserimento di servizi a valore aggiunto come l'assistenza tecnica, la formazione dei clienti, e la personalizzazione dei prodotti in base alle esigenze specifiche dei clienti.

Grazie all'utilizzo di nuove tecnologie, la gestione dei dati e



ROUND TABLE

Industrial distribution: a changing world

We continue our journey into the world of industrial distribution to find out how it is evolving, from the voice of key players. Supply chain synergies and technological integration, the growing role of digitalisation, and much more... What are the steps to becoming a Distributor 4.0? And how important is it to keep up with the times?

InMotion: Supply chain synergies are increasingly important to make production more efficient. In this context, how is the role of the distributor evolving?

Alessandro Bandelli, MONDIAL: Traditionally, the distributor acted mainly as an intermediary between producers and consumers, taking care of logistics and product distribution. With the increasing complexity of the value chain and the growing interconnection in the production chain, the role of the distributor is evolving into that of a strategic partner in the management of the value chain.

One of the main aspects of this change is the involvement of the distributor at an early stage of the production process, including co-development of products and solutions. This implies greater collaboration and exchange of information between all

players in the supply chain in order to optimise product design, production processes and stock management. Another area of evolution regards value-added services such as technical support, customer training, customisation of products according to specific customer requirements...

Thanks to new technologies, the management of data and performance analysis is increasingly dynamic and proactive, allowing distributors to monitor demand trends, production efficiency and other key indicators in real time, enabling a faster and more targeted response to market needs.

Simone Gnemmi, STRUMENTAZIONE INDUSTRIALE:

On customer's side, with several companies with whom relations are well established, we have long since

● Alessandro Bandelli,
Board Member
di Mondial.

dell'analisi delle prestazioni risulta essere sempre più dinamica e attiva, permettendo quindi al distributore di monitorare in tempo reale l'andamento della domanda, l'efficienza della produzione e altri indicatori chiave, consentendo una risposta più rapida e mirata alle esigenze del mercato.



● Simone Gnemmi,
socio di Strumentazione
Industriale.

Simone Gnemmi, STRUMENTAZIONE INDUSTRIALE: Dal lato cliente, con diverse aziende con cui i rapporti sono consolidati, già da tempo abbiamo implementato dei magazzini dedicati. Gestiamo noi le scorte in base allo storico dei consumi e agli accordi presi. In questo modo riusciamo a garantire consegne rapide e una riduzione dei costi di magazzino per i nostri clienti. Inoltre i clienti ci avvisano in caso di previsti picchi di produzione, in modo da aumentare per tempo le scorte degli articoli che andranno maggiormente consumati. Dal lato fornitori, riusciamo a collettare gli ordini frammentati dei clienti, ottimizzando poi gli ordini in produzione. In questo modo semplifichiamo e riduciamo le righe d'ordine per i fornitori.

Mariangela Tosoni, TOSONI FLUIDODINAMICA: Se da un lato le esigenze di servizio da parte della clientela sono in progressiva crescita non vi è parimenti la piena disponibilità al suo riconoscimento economico. Il bisogno di recupero in efficienza del distributore può essere ottenuto in buona parte tramite le sinergie con i produttori a monte e con la stessa clientela a valle. Parlare di sinergia di filiera vuol dire riuscire a condividere con un gruppo di fornitori strategici, ipotizziamo quelli compresi nella fascia A, il medesimo modus operandi a livello di strumenti che, fino ad oggi, sono considerati di scelta individuale ai quali il distributore si deve adeguare.

implemented dedicated warehouses. We manage stocks according to consumption history and agreements. In this way, we are able to guarantee fast deliveries and a reduction of warehouse costs for our customers. Besides, customers notify us in case of expected production peaks, enabling a timely increase of stocks of the items most likely to be consumed.

On upplier's side, we are able to collect fragmented customer orders and then optimise the orders in production. In this way we simplify and reduce order lines for suppliers.

Mariangela Tosoni, TOSONI FLUIDODINAMICA: *While, on one hand, the service needs of customers are progressively increasing, on the other hand, there is not the full willingness to acknowledge their economic value. The distributor's need for efficiency recovery can be achieved to a large extent through synergies with upstream producers and downstream customers themselves. Speaking of supply chain synergies means being able to share with a group of strategic suppliers, let us assume those in the A-range, the same modus operandi at the level of tools that, until now, have been*

considered individual choices to which the distributor must adapt. The same evolutionary process takes place downstream towards the customers. In the one2one relationship with the manufacturers we represent, the confrontation table is limited and constrained by contractual reins; it is only if we make it non-partisan and broaden the confrontation table that we can find the best methods free from suspicions of vested interest.

InMotion: Today, multidisciplinary integration is indispensable. It is essential that manufacturers, distributors and customers share standards and technologies. How can this aim be reached?

Alessandro Bandelli, MONDIAL: *When it comes to standardisation, one of the most relevant topics is the use of platforms that can communicate and exchange information automatically, thus making the entire supply chain faster and more accurate. Some examples can be found at the commercial level, such as the automatic uploading of orders and offers from one platform to another, or the use of univocal product codes, so as to minimise the risk of error in component selection.*

Il medesimo processo evolutivo avviene a valle verso la clientela. Nel rapporto one2one con i produttori che rappresentano il tavolo di confronto è limitato e vincolato dalle briglie contrattuali; rendendolo apartitico e “allargato” potremo trovare le modalità migliori, sgombrando da sospetti di interesse univoco.

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

Alessandro Bandelli, MONDIAL: In tema di standardizzazione, uno dei temi più rilevanti è l'utilizzo di piattaforme che possano comunicare e scambiarsi informazioni in maniera automatica, rendendo di conseguenza tutta la filiera più veloce e precisa. Alcuni esempi si possono trovare nella gestione commerciale, come il caricamento automatico di ordini ed offerte da una piattaforma all'altra, piuttosto che l'utilizzo di codici prodotto univoci, in modo da ridurre al minimo il rischio di errore nella scelta del componente.

Un altro aspetto che sta emergendo in maniera sempre più evidente è la condivisione dei dati di funzionamento dei sistemi attraverso l'IoT, che consente di utilizzare la predittività nella manutenzione/sostituzione di componenti. Questo consente alla filiera di attivarsi in anticipo sulla richiesta di pro-

duzione e approvvigionamento dei componenti interessati. Restando in ambito più “umano”, è in costante crescita la richiesta di organizzare visite congiunte tra gli attori della filiera, in modo tale da avere una condivisione simmetrica delle informazioni.

Simone Gnemmi, STRUMENTAZIONE INDUSTRIALE: Nel nostro ambito ci sono delle norme costruttive che i produttori dovrebbero seguire, ma - a parte in alcuni settori in cui i prodotti sono sempre identici - ogni processo industriale ha necessità di misurazione differenti. Ciò significa che dobbiamo lavorare molto insieme al cliente per conoscerne le necessità e offrire il prodotto idoneo alle sue esigenze.

Le esigenze nel mondo oil & gas sono differenti rispetto alle esigenze del mondo farmaceutico o alimentare, e ancora diverse rispetto al settore oleodinamico o a quello termoidraulico. I nostri strumenti trovano applicazione in tutti questi settori e in altri ancora, quindi il lavoro di analisi tecnica approfondito e la condivisione delle informazioni e degli standard sono fondamentali. Nel tempo, i nostri prodotti sono stati certificati per rispondere alle esigenze dei principali settori di utilizzo. Inoltre, la preparazione e l'aggiornamento dei nostri collaboratori sono molto importanti, ragione per cui ogni anno seguiamo un piano di formazione in collaborazione con i fornitori. Il rapporto con il cliente è l'altro elemento essenziale

Another aspect that is becoming increasingly evident is the sharing of system operation data through IoT, which enables predictive maintenance/replacement of components. This allows the supply chain to take action in time for the production and procurement of the relevant components.

Remaining in the more 'human' sphere, there is a growing demand to organise joint visits between the players in the supply chain, so as to share information.

Simone Gnemmi, STRUMENTAZIONE INDUSTRIALE:

In our field, there are construction standards which manufacturers should follow, but - apart from some areas where products are always identical - each industrial process has different measurement requirements. This means that we have to work very closely with our customers to know their needs and offer the right product for their requirements.

The needs in the oil & gas world are different compared to the needs in the pharmaceutical or food world, and still different compared to the hydraulics or thermo-hydraulics sector. Our tools find application in all these sectors and more, so the technical analysis work is

thorough and the sharing of information and standards is fundamental. Over time, our products have been certified to meet the requirements of the main sectors of use. Furthermore, the preparation and updating of our employees is very important, which is why we follow a training plan every year in collaboration with suppliers. The relationship with the customer is the other essential element for sharing standards and technologies: in a world where human relations are increasingly being replaced by digital communication, we are going against the tide, with face-to-face visits and technical support to examine the customer's applications in the best possible way.

Regarding supply chain integration, on the other hand, I believe that finding a standard allowing a shared data exchange between manufacturers, distributors and customers would greatly simplify the way of working, reducing costs and time for everyone. Just think of how many orders are received without a code, or only with our customer's internal code. In these cases, we have to decode everything before processing the order, with the risk of making mistakes, which we will only realise when the customer receives the material.

● Mariangela Tosoni,
Presidente di Tosoni
Fluidodinamica.



per la condivisione di standard e tecnologie: in un mondo in cui sempre di più il rapporto umano è sostituito da comunicazione digitale, noi andiamo controcorrente, con visite in presenza e supporto tecnico per esaminare al meglio le applicazioni del cliente.

Per quanto riguarda invece un'integrazione di filiera, trovare uno standard che consenta uno scambio dati condiviso tra produttori, distributori e clienti credo che semplificherebbe molto il modo di lavorare, riducendo costi e tempi per tutti. Basti pensare a quanti ordini vengono ricevuti senza codice, o solo con il codice interno del nostro cliente. In questi casi, prima di processare l'ordine è necessario decodificare tutto quanto, con il rischio di commettere degli errori, di cui ci accorgeremo solo in fase di ricevimento del materiale da parte del cliente.

Mariangela Tosoni, TOSONI FLUIDODINAMICA: Il distributore è l'anello intermedio fra produttori e clienti, eccetto selezionati key account. In questa funzione deve cogliere, ascoltando i clienti, le modifiche tecniche che potrebbero essere maggiormente accattivanti per il commercio o la gestione dell'impianto che si sta realizzando.

Il personale che può svolgere questa funzione deve avere una istruzione multidisciplinare e competenze tecniche specifiche, essere qualificato sì, ma anche supportato dal team tecnico del produttore che deve identificare con lui le soluzioni già industrializzate o essere disponibile a svilupparle secondo le tendenze individuate. La ricetta è ancora insita in una apertura al confronto ed il premio è la costruzione di un solido rapporto con la clientela.

Mariangela Tosoni, TOSONI FLUIDODINAMICA:
Distributors are the link between manufacturers and customers, except for selected key accounts. They must understand, by listening to their customers, the technical changes which could be most appealing for the trading or operation of the plant being built. Whoever performs this task must have a multidisciplinary education and specific technical skills. He must be qualified, of course, but also needs to be supported by the manufacturer's technical team who must identify with him the solutions already industrialised or be willing to develop them according to the trends identified. The recipe is still embedded in an openness to confrontation and the reward is the building of a solid customer relationship.

InMotion: Digitisation is a key step towards becoming a 'Distributor 4.0'. how is your company moving along?
Alessandro Bandelli, MONDIAL: *Digitalisation is indeed a*

key step in the evolution towards a 'Distributor 4.0' model. Advanced technologies are used to improve efficiency, productivity and the ability to adapt to market needs. Among the steps that have been implemented in our company are:

- ✓ *automation of internal processes, reducing errors, increasing the speed of operations and freeing up human resources for more strategic and value-added activities;*
- ✓ *logistical evolution enabling fast and accurate order fulfilment management;*
- ✓ *use of data and analysis for planning, inventory management and customisation of services;*
- ✓ *optimisation of the supply chain to track products along the entire supply chain, reducing delivery times, optimising costs and reducing waste;*
- ✓ *use of platforms for online purchasing of products;*
- ✓ *digital communication channels to share technical, commercial and social information with the market.*

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

Alessandro Bandelli, MONDIAL: La digitalizzazione è effettivamente un passo fondamentale per l'evoluzione verso un modello di "Distributore 4.0". Vengono utilizzate tecnologie avanzate per migliorare l'efficienza, la produttività e la capacità di adattamento alle esigenze del mercato. Alcuni elementi digitali significativi che utilizziamo in azienda riguardano:

- ✓ automazione dei processi interni, che permette di ridurre gli errori, aumentare la velocità delle operazioni e liberare risorse umane per attività più strategiche e a valore aggiunto;
- ✓ evoluzione logistica che consente una gestione rapida e precisa di evasione degli ordini;
- ✓ utilizzo di dati e analisi per la pianificazione, gestione delle scorte e la personalizzazione dei servizi;
- ✓ ottimizzazione della catena di approvvigionamento per tracciare i prodotti lungo l'intera filiera, riducendo i tempi di consegna, ottimizzando i costi e riducendo gli sprechi;
- ✓ utilizzo di piattaforme per l'acquisto on-line dei prodotti;
- ✓ canali di comunicazione digitali per condividere informazioni tecniche, commerciali e sociali con il mercato.

Simone Gnemmi, STRUMENTAZIONE INDUSTRIALE: I nostri processi interni sono integralmente digitali. Abbiamo un sistema gestionale che ci consente di seguire una pratica dall'emissione dell'offerta fino alla fatturazione, oltre alla pianificazione delle scorte di magazzino e dei riordini di materiale.

Inoltre, gli ordini con i nostri principali fornitori sono inviati in automatico direttamente in produzione. Condividendo la stessa tipologia di codifica dei prodotti, siamo riusciti ad ottenere un buon grado di automatizzazione del processo d'ordine.

I nostri magazzini automatici, che comunicano direttamente con il sistema gestionale, ci consentono di essere rapidi e precisi nell'evasione degli ordini garantendo la pronta consegna per centinaia di codici.

Ogni qualvolta richiesto dal cliente, utilizziamo i portali per la condivisione di informazioni e documenti.

Crediamo molto nella digitalizzazione come strumento per migliorare i processi, tanto quanto siamo convinti che il personale preparato e al servizio del cliente faccia la differenza nel mondo della distribuzione.

Mariangela Tosoni, TOSONI FLUIDODINAMICA: Il buon uso della digitalizzazione supporta una buona comunicazione sia interna all'azienda che interaziendale. Per il distributore ha una fondamentale importanza rendere efficiente la comunicazione interaziendale. Abbiamo sviluppato un sistema interno di e-commerce dedicato ai clienti utilizzatori finali con più sedi che, dopo normalizzazione dei codici di ricambi possono effettuare ordini con diversi livelli di autonomia. È stato un lavoro molto importante e attualmente non vi è una vera apertura alla condivisione dei produttori. Ma ipotizziamo che sul mercato si affaccino catene distributive similari a quelle già operanti nel B2C, anche queste si adatteranno docilmente ad ogni imposizione? Probabilmente no, se la similitudine sarà confermata! Anche su questo aspetto sarà utile un confronto neutrale. ●

Simone Gnemmi, STRUMENTAZIONE INDUSTRIALE:

Our internal processes are entirely digital.

We have a management system allowing us to follow an order from quotation to invoicing, as well as stock planning and material reorders. In addition, orders with our main suppliers are automatically sent directly to production.

By sharing the same product coding, we were able to achieve a good degree of automation of the ordering process.

Our automated warehouses, which communicate directly with the management system, allow us to be fast and accurate in processing orders, guaranteeing prompt delivery for hundreds of codes.

Whenever required by the customer, we use portals for sharing information and documents.

We strongly believe in digitisation as a tool to improve processes, as much as we are convinced that trained

and customer-oriented personnel make the difference in the world of distribution.

Mariangela Tosoni, TOSONI FLUIDODINAMICA: *The good use of digitisation supports good communication both within the company and between companies. For the distributor, it is of the utmost importance to make inter-company communication efficient. We have developed an internal e-commerce system dedicated to end-user customers with several locations who, after normalisation of spare part codes, can place orders with different levels of autonomy. This was very important work and there is currently no real openness to manufacturer sharing. But 'let us assume' that distribution chains similar to those already operating in B2C, will these also meekly adapt to any imposition? Probably not, if the similarity is confirmed! A neutral comparison will be useful on this aspect as well. ●*