



di Camilla Garavaglia

LA FORZA DELLA FLESSIBILITÀ

GESTIONE DINAMICA DEI FLUSSI, PRECISIONE, VELOCITÀ E, SOPRATTUTTO, LA CAPACITÀ DI USCIRE DAL PERIMETRO DELLA LOGISTICA TRADIZIONALE SONO IL PUNTO DI FORZA DI UNA PARTNERSHIP CHE HA UNA SUA STORICITÀ, MA ANCORA TANTE SFIDE DA AFFRONTARE INSIEME

Nel rapporto tra cliente e fornitore può instaurarsi una partita a scacchi - dove ciascuna delle due parti cerca di posizionarsi in vantaggio strategico rispetto all'altra - o la creazione di un puzzle, dove lo scopo finale è quello di ottenere il risultato perfetto grazie all'incastro di ogni pezzo. La A. Bertoni e Figli lavora, per scelta, con la seconda modalità: meno processi standard e discorsi sui volumi, più personalizzazione e singole scelte quotidiane per ottenere

l'incastro ideale. È così che questa realtà storica ha costruito il proprio posizionamento senza inseguire la scala delle multinazionali, ma lavorando sulla qualità del servizio e sulla capacità di adattarsi al cliente.

Flessibili davvero, non solo sulla carta

"Non siamo una struttura standardizzata - spiega la titolare Emanuela Bertoni -. Preferiamo mantenere sempre il controllo diretto sul lavoro,

sul personale e sulle attività. Lavoriamo comunque su volumi piuttosto elevati: gestiamo circa 3.000 pallet in movimento continuo, con uno stock mantenuto volutamente basso ma intensivo. La capacità complessiva è cresciuta negli anni, passando da circa 8.800 a 12.000 posti pallet, a cui si aggiunge lo stoccaggio a terra per i materiali fuori sagoma. L'organizzazione prevede una combinazione tra stoccaggio tradizionale e intensivo. Il picking viene gestito con sistemi che

permettono la preparazione anticipata dei documenti e uno scambio dati strutturato con il cliente".

La partnership con Brita

Condividere visione e approccio è la base migliore per poter collaborare e così, dal 2017, Brita Italia e Bertoni si sono trovati e hanno avviato una partnership che ha come punto di riferimento il magazzino Bertoni di Ternate (Varese). "La flessibilità è senz'altro uno degli elementi chiave - continua Emanuela Bertoni -. Gli ordini arrivano da Brita con cut-off time molto flessibili e questo richiede una capacità di adattamento elevata. Anche nella gestione degli arrivi lavoriamo in ottica preventiva: se sappiamo che un carico è complesso, anticipiamo le attività per evitare rallentamenti. In alcuni casi, ad esempio, abbiamo finestre operative molto strette, con tempi di scarico che devono essere rispettati rapidamente. Inoltre, e questo è un discorso strettamente legato alla qualità del servizio, tutto il personale è gestito e controllato internamente. Ricorriamo a cooperative esterne raramente e solo in caso di picchi davvero elevati". Nel magazzino, questa impostazione si traduce in una gestione dinamica dei flussi. Non esiste una stagionalità marcata, ma una continuità operativa che richiede precisione e velocità: la merce entra, viene controllata, smistata, ripallettizzata se necessario, e rapidamente rimessa in uscita.

Il servizio di co-marketing

Il focus della collaborazione, però, non è tanto la gestione del flusso standard quanto la capacità di uscire dal perimetro della logistica tradizionale: con le attività di co-marketing, il kitting, la preparazione di configurazioni dedicate, la logistica esternalizzata si trasforma anche in un'estensione operativa del cliente. Il caso più evidente è quello degli espositori per la GDO, uno degli elementi centrali nella collaborazione di Bertoni con Brita Italia. Un processo articolato che coinvolge assemblaggio, personalizzazione, inserimento prodotto e finiture manuali. "Realizziamo circa 20.000 espositori all'anno - racconta Bertoni -. Parliamo di configurazioni che cambiano spesso e che devono essere gestite con attenzione. L'e-

TECNOLOGIA / A. Bertoni per Brita Italia

spositore viene preparato completo, con la merce già inserita, e le finiture vengono applicate manualmente per evitare danni durante il trasporto”.

La genesi di un progetto condiviso

La collaborazione con Brita Italia è nata in un momento di crescita dell'azienda, quando l'evoluzione dei canali e l'aumento dei volumi hanno reso necessario ripensare il modello logistico. Brita, gruppo internazionale attivo nella filtrazione dell'acqua, ha visto negli ultimi anni uno spostamento sempre più marcato verso il mass market. Un cambiamento che ha portato con sé nuove esigenze: maggiore visibilità a scaffale, utilizzo di espositori promozionali, gestione di flussi più articolati.

“Con la crescita del business abbiamo iniziato a gestire i clienti in modo



Lorenzo Sarvello,
Amministratore Delegato
di Brita Italia

diverso - spiega Lorenzo Sarvello, Amministratore Delegato di Brita Italia -. A un certo punto, nel 2017 circa, è diventato chiaro che una logistica locale poteva essere una leva strategica. Cercavamo fin da subito un partner con cui costruire una relazione. Con realtà molto grandi il servizio tende a essere standard, qui



Emanuela Bertoni,
Titolare di A. Bertoni & Figli

abbiamo trovato la dimensione giusta per lavorare insieme. Conoscevo già Bertoni dalla mia esperienza precedente e siamo sempre stati soddisfatti: la collaborazione è partita su una singola business unit di Brita Italia legata ai pallet box, poi abbiamo esteso la collaborazione anche al segmento professionale, inclusi i filtri horeca.

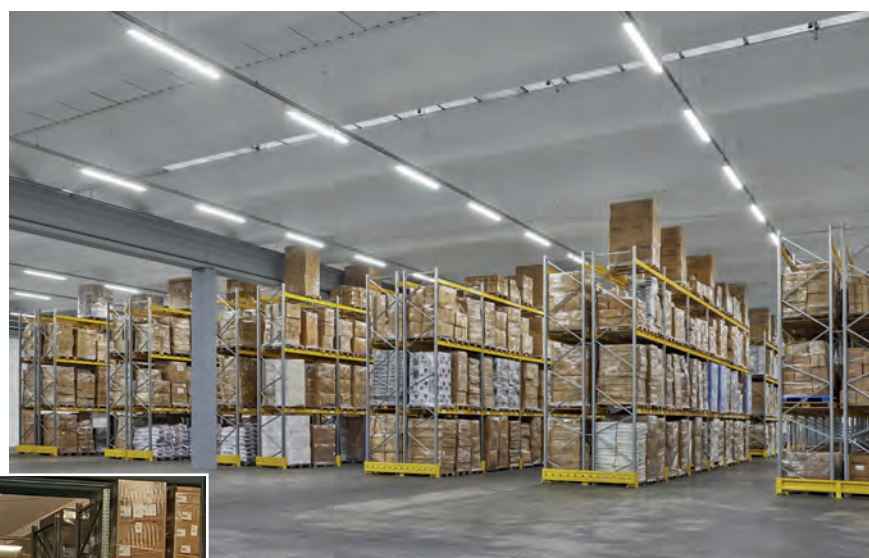
Infine, abbiamo coinvolto Bertoni anche sulla parte dei water dispenser, arrivando a integrare attività produttive nello stabilimento di Arsago Seprio. Fondamentale la parte di co-marketing: l'esperienza ci dice che gli espositori promozionali hanno un impatto significativo, soprattutto nei contesti mass market. Consentono di aumentare la visibilità, intercettare il cliente nel punto vendita e sostenere le vendite in modo più efficace rispetto alla sola presenza a scaffale. Il loro utilizzo va però bilanciato: richiedono investimenti e una gestione logistica più complessa. Quando il rapporto tra costo del servizio e ritorno commerciale è corretto, diventano uno strumento molto efficace di crescita”.

La centralità degli espositori

“La preparazione degli espositori per la GDO è una delle attività principali - ag-

20.000

GLI ESPOSITORI REALIZZATI PER BRITA
OGNI ANNO, CON CONFIGURAZIONI
CHE CAMBIANO FREQUENTEMENTE



La squadra attiva nel magazzino
Bertoni a Ternate, Varese



I protagonisti

Brita è un gruppo tedesco fondato nel 1966 da Heinz Hankammer, con sede a Taunusstein. Nato come realtà familiare, è oggi uno dei principali player globali nella filtrazione dell'acqua potabile. L'azienda ha inventato la caraffa filtrante domestica, introducendo sul mercato sistemi basati su carbone attivo e resine a scambio ionico per migliorare gusto e qualità dell'acqua. Presente in oltre 60 Paesi, Brita opera sia nel mercato consumer sia in quello professionale, servendo horeca, vending e ambienti office con soluzioni dedicate. Il gruppo conta migliaia di dipendenti e un fatturato globale che supera i 600 milioni di euro: in Italia è attiva dal 2004.

A. Bertoni e Figli è una realtà italiana storica attiva nell'ambito della logistica e dei trasporti, con quasi cento anni di attività. Nata come azienda di distribuzione, ha evoluto nel tempo il proprio modello integrando servizi logistici avanzati, dalla gestione del magazzino alla distribuzione su scala nazionale. Tra i punti di forza: capacità di adattamento, lavorazioni a valore aggiunto, gestione di flussi complessi e sviluppo di soluzioni personalizzate per il cliente. Oggi Bertoni opera su diversi settori, con un mix equilibrato tra trasporto e logistica, e si distingue per un approccio orientato alla relazione e alla qualità del servizio, più che alla standardizzazione.

giunge in proposito Emanuela Bertoni -. Ogni cliente ha esigenze specifiche e Brita, ad esempio, gestisce circa cento referenze diverse. Qualche numero? Realizziamo circa 20.000 espositori all'anno, con configurazioni che cambiano frequentemente. Negli ultimi anni si è lavorato anche sull'ottimizzazione del formato, passando ad esempio da strutture alte 1,80 m a soluzioni da 1,40 m, più efficienti nel trasporto. Gli espositori vengono assemblati con il prodotto e completati manualmente con cover e materiali di comunicazione, per evitare danni durante la distribuzione".

Un altro tema sempre più pressante è la reverse logistics, che in passato riguardava principalmente il segmento consumer, mentre oggi si sta estendendo anche al professionale.



Nella gestione dei flussi di Brita, in caso di guasti o anomalie i prodotti vengono ritirati e rispediti in Germania per le verifiche di qualità.

Una collaborazione che funziona

La collaborazione tra Bertoni e Brita ha già una storicità, ma è appena

agli inizi, potendo esprimere ancora un grande potenziale in un mercato sempre più sfidante, in rapida evoluzione. "Vediamo un ruolo sempre più centrale del magazzino Bertoni - ha tenuto a sottolineare Lorenzo Sarvello - per tante ragioni, tra cui la già esistente integrazione informatica: in entrambe le aziende lavoriamo già su sistemi compatibili, come TeamSystem, e questo apre a nuove possibili sinergie. La prima sfida sarà proprio rafforzare questa integrazione a livello IT. La seconda riguarda i temi ESG, che diventeranno sempre più centrali per noi e per Bertoni, che si sta già impegnando su questo punto. Il prezzo è importante - conclude Sarvello - ma conta anche l'allineamento sui valori e la qualità del servizio. Le due cose devono stare insieme".

La chiosa finale spetta a Emanuela Bertoni: "il mondo è completamente cambiato da quando è nata l'azienda, nel 1928: ai tempi, mio nonno consegnava le birre nei paesi del Varesotto con il carretto del sale. Se ci pensiamo, la storia dell'azienda aiuta a comprendere la nostra impostazione odierna. Nata nel mondo della distribuzione, quando il trasporto era ancora legato a logiche locali e a mezzi semplici, Bertoni ha attraversato fasi di crescita e trasformazione, lavorando anche con grandi gruppi industriali. Nel tempo abbiamo costruito un modello ibrido, in cui trasporto, logistica e servizi di co-marketing convivono e si integrano. Secondo me, l'approccio della piccola impresa - personalizzazione e flessibilità - e la visione della grande impresa - ambizione e gestione a prova di imprevisti - insieme fanno grandi cose".

IL PARTNER IDEALE PER LE TUE SPEDIZIONI



CORRIERE NAZIONALE



GRANDI TRASPORTI



SERVIZI POSTALI

sailpost[®]
posta e logistica

DESIDERI RICEVERE
INFORMAZIONI
SUI NOSTRI SERVIZI?



Sailpost S.p.A.
Via del Fischione, 19
56019 Migliarino Pisano (PI)
www.sailpost.it