

MMAS ACADEMY

VI EDIZIONE

2017

10 NOVEMBRE

#MMASAcademy2017

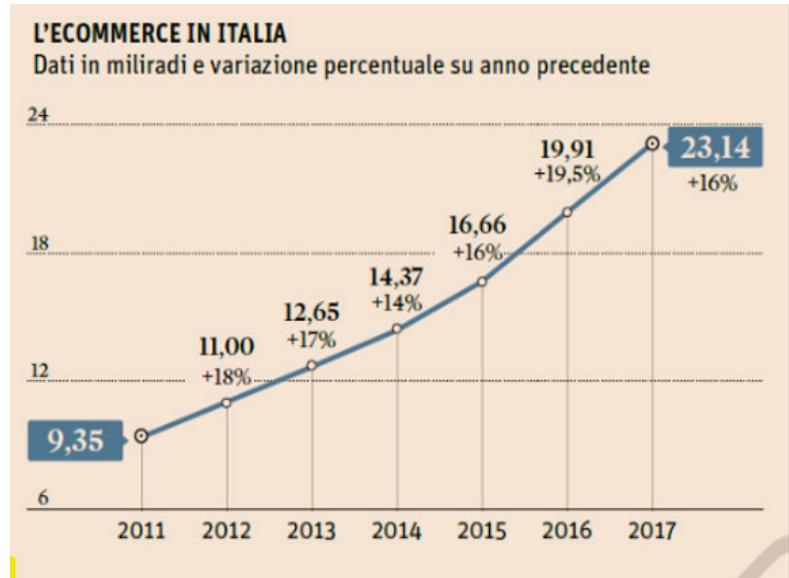
2020 ODISSEA NELLO SPAZIO WEB

NEL 2020, TRA L'AZIENDA E LA FILIERA DISTRIBUTIVA, CHI RIUSCIRA' A PILOTARE MEGLIO LE OPPORTUNITA' DI MERCATO SFRUTTANDO LE DINAMICHE E GLI STRUMENTI DIGITAL IN AREA B2B?



MARKETING
&
TELEMATICA

- ❖ Nel 2016 il settore del retail italiano ha registrato una diminuzione delle vendite di circa 7,7 miliardi di euro. (dato Ufficio Studi Confesercenti)
- ❖ In buona parte dovuto a una maggiore incidenza dell'e-commerce sulle abitudini dei consumatori, che in Italia pesa per il 5,6% ma cresce del 17% ogni anno (dato Polimi-Netcom su Il Sole 24 Ore).



Fonte: Osservatorio.net Digital Innovation

E-commerce. Il colosso che sta cambiando il panorama Usa cresce anche in Italia, dove è accreditato di ricavi per 1,5 miliardi

Il retail italiano teme Amazon

Cobolli Gigli: «Rischio reale, le nostre aziende stanno investendo per sopravvivere»

Laura Cavestri

MILANO

■ Mouse - che clicca compulsivamente l'acquisto online alle 2 di notte - o saracinesca sotto casa, per vedere, toccare, annusare e strappare un consiglio?

Sembra un braccio di ferro dall'esito scontato quello che da oltre un decennio vivono Usa ed Europa alle prese con la galoppante ascesa dell'e-commerce. Negli Usa già lo hanno ribattezzato "effetto-Amazon". Come la crisi degli immensi mall nel Midwest che solo da ottobre ha già cancellato 100 mila posti di lavoro e il tasso di default del settore, che l'agenzia di rating americana Fitch ha aumentato, da metà giugno, al 2,9% contro i 1,8% di fine giugno.

gigante di Seattle si atteggiava a una folla attorno agli 1,5 miliardi di euro. Grazie anche a investimenti, dal 2010, per 450 milioni di euro e 2 mila addetti a tempo indeterminato.

Complessivamente, in Italia, sul totale del retail, la quota online è sempre relativamente contenuta: 5,6%. Ma quest'anno - sempre secondo stime Polimi-Nettcomm - raggiungerà il 21% nell'informatica, il 10% nell'editoria, il 7% nell'abbigliamento, il 4% nell'arredamento e lo 0,5% nel food&grocery. C'è dunque da aspettarsi un impatto massiccio sulla tenuta dei posti di lavoro anche in Europa, come in Usa?

«In Italia siamo indietro più per mancanza di offerta degli operatori economici che di domanda del cliente» - spiega Giuliano Noci, prorettore e ordinario di marketing al Politecnico di Milano. «Ma certo andiamo nella direzione di una forte riduzione degli spazi. Sempre meno grandi iperemture per la Gdo. Ma sbaglia chi pensa che questo sia la morte del commercio. Già oggi il 60% degli italiani gestisce gli acquisti in prospettiva multicanale (cerca informazioni sui siti, poi se non compra online va al negozio o torna sul web per il post-vendita...)».

Per Noci, però, non è semplicemente la vittoria del virtuale sul reale. «Amazon - spiega - ha cambiato il baricentro. Invece di scalfi con gli stessi prodotti per tutti, a vincere è la conoscenza del cliente. Lo conosce, lo profila, lo filtra,

Le dinamiche internazionali

I LEADER IN EUROPA

In miliardi di euro e variazione percentuale 2012-2015

Compagnia	Principale mercato	Ricavi in mld €	Var. %
Amazon	USA	38,5	+20,9
Zalando	Germania	2,3	+25,7
John Lewis	UK	2,1	+23,4
Von Wettberg	DE	1,0	+10,0

Sempre meno grandi iperemture per la Gdo. Ma sbaglia chi pensa che questo sia la morte del commercio. Già oggi il 60% degli italiani gestisce gli acquisti in prospettiva multicanale (cerca informazioni sui siti, poi se non compra online va al negozio o torna sul web per il post-vendita...)».

ASSE FRANCO-TEDESCO Offensiva contro Apple e Google

■ Asse franco-teDESCO in vista di studiare una "semplificata" collosso del tema.
Leggi Enrico Marzulli, *Il Sole 24 Ore*, la ebbe lavorando a una per presenziare semplificata» al

RETAIL IN CRISI



Sui «mall» americani il pericolo di estinzione

di Marco Valsania

È un luogo improbabile per l'Apocalisse. Steubenville, 18.659 anime lungo il fiume Ohio. Un passato nella siderurgia, un presente nel pomposamente battezzato Fort Steuben Mall. E un futuro, ebbene un futuro da "retail Armageddon" - da epicentro del disastro, con chiusure a catena di negozi e centri commerciali.

Continua ➤ pagina 5

I benefit offerti da Amazon:

- ❖ Comparare i prezzi e le caratteristiche di un prodotto con calma
- ❖ Ordini on line, senza muoversi dal domicilio
- ❖ Il consumatore trova qualsiasi articolo desideri, anche introvabili
- ❖ Prezzi concorrenziali
- ❖ Le consegne vengono effettuate al domicilio
- ❖ I tempi di consegna sono molto più rapidi di altri fornitori
- ❖ Possibilità di reso e di cambio veloce



Logistica. Il centro Amazon di Castel San Giovanni

FOCUS. IL CENTRO LOGISTICO DI CASTEL SAN GIOVANNI

Il polo italiano che «misura» il boom di Amazon

Andrea Bielli corrispondente romano

Nella primavera del 2000, quando Amazon aveva ancora pochi clienti e pochissimi lavoratori, vendeva via Internet solo libri e CD musicali. Un'altra volta, con le rare pagine di pubblicità per i primi negozi online, la storia di successo dell'azienda americana non era affatto prevedibile. Prima dell'inizio di ogni nuovo anno, infatti, Amazon è diventato uno dei più grandi e spesso citati esempi di come l'industria logistica italiana sia cresciuta in modo ininterrotto. Poco prima di Natale, ad esempio, il centro logistico di Castel San Giovanni, dove si trovano circa 2 mila addetti, ha dovuto trasferire 100 posti di lavoro in più per soddisfare la domanda di nuovi posti per la famiglia dei centri di distribuzione. Il suo nome varcando l'ingresso alla fabbrica, dove i lavoratori, su macchine, chiedono di essere trasportati alle loro postazioni, è un simbolo di un impegno fatto nella storia della società: quello di non ripetere gli errori del passato.

Certo, la storia che nelle discordanze fra i diversi gruppi di interessati si parla a volte, annuncia per un momento che la domanda non è nei numeri, ma nel modo in cui i lavoratori sono inseriti nei diversi settori della catena produttiva. Sono questi i punti su cui si discute da anni. Oggi, dopo quasi dieci anni di crescita continua, il "Castello" ha raggiunto una dimensione che lo mette al vertice del mercato italiano. E non solo per quanto riguarda il volume di tempo medio di consegna.

Ecco, un numero di giorni che si riferisce a chi avrà il tempo di ricevere la sua merce. Per la prima volta, siamo arrivati a un livello di servizio che non aveva mai raggiunto praticamente tutti gli altri concorrenti. E non solo in Italia, ma anche in Europa.

Ecco, un numero di giorni che si riferisce a chi avrà il tempo di ricevere la sua merce. Per la prima volta, siamo arrivati a un livello di servizio che non aveva mai raggiunto praticamente tutti gli altri concorrenti. E non solo in Italia, ma anche in Europa.

«Tutto questo è stato possibile grazie alla nostra capacità di investire in tecnologia», spiega Bielli. «In questi anni abbiamo aperto due centri di distribuzione vicini a Roma, e abbiamo acquistato una flotta di camion che ci permette di trasportare i nostri prodotti direttamente ai punti di vendita. Abbiamo anche investito in persone, in formazione, in programmi di formazione per oltre 1000 dipendenti, per poterli aggiornare sulle nuove tecnologie. E non solo per i nostri dipendenti, ma anche per i nostri fornitori, i nostri fornitori che hanno dovuto adattarsi alle nuove tecnologie. Come la tradizione, che oggi è cresciuta.

IL CENTRO PIACENTINO

All'avorio fino a 2mila addetti: il picco giornaliero degli ordini è balzato dai 250mila pezzi del 2014 agli 1,2 milioni del 2016

LOGISTICA E MOBILITÀ: SFIDE DEL

Il progetto di Amazon:
un «deposito» aereo
per recapitare i pacchi

di Marco Valsania

Immaginate il mondo fantastico di fumetti Supereroi, la portaerei volante Helicarrier di Nick Fury e dei Vendicatori di Marvel. Guardate ora i progetti di logistica di Amazon e non sarete così lontani: il colosso dell'e-commerce fa dei disegni avveniristici la sua norma. È suo il brevetto per una "base" sospesa a 1 mila metri dal suolo che, invisibile ai più, sappia soddisfare a tempo record gli acquisti terrestri. Un colossale magazzino celeste che ha già il nome in codice di AfC (Airborne Fulfillment Center).

Continua ➤ pagina 11

L'ecosistema Amazon pigliatutto

Un colosso che agisce da startup: si avvia a essere la prima azienda al mondo

di Marco Valsania

Sembra un ufficio gigantesco magazzini, centinaia di migliaia di lavoratori e di uffici ampi come sale teatrali. Sono questi i luoghi del silenzio e del silenzio in continuo espansione. A cominciare dalla sala call center di Seattle, dove si parla aereoporto con le Boeing, il caffè, i libri, i telefoni, i computer e i quadri: oggi è soprattutto, la sua città. Una vera e propria company town: quasi quattro degli impianti principali sono stati costruiti da zero, a vocazione dell'e-commerce del cloud creato e capitolato da Jeff Bezos. Venendo lo spazio è stato dato alla crescita. L'autorizzatore Safco e la University of Washington.

Nelle metropoli statunitensi non si sborgheggia più: i primi non si impadroniscono di più di 1/4 degli spazi. Un'eccezione in più, ma solo perché Amazon è un'improbabile exploit vive: oggi a Seattle impiega circa 100.000 persone, dalle 100 mila al massimo della forza lavoro. Una cifra con un aumento del 35% solo in questi anni, a disposizione. South Lake Union, il campus tecnologico più grande della collezione di parcheggi, vanta ormai il soprannome di Amazonia - una "giungla" esplorata.

Da questa capitale sul Pacifico Amazon si messa a terra per conquista del mondo. Ha annunciato l'arrivo nei giorni scorsi di un nuovo centro logistico a Londra, da aprire entro il 2016. Gli altri 600 mila dipendenti in più saranno dislocati in tutti i paesi: 18 mila in Europa, 15 mila in Asia, 10 mila in America Latina, 10 mila in Australia e 10 mila in Canada. Nella storia di Amazon, nulla è mai stato così.

Ecco perché

è nato il progetto di un nuovo magazzino di Silicon Valley. L'utile che ha fatto a sorpresa è salito nel campo volante: una scommessa che ha svolto nel rapporto tra i piloti e i passegieri. Ai primi è venuta una valigia-biblioteca film-doveverbaro; ai chierici, le veline del gruppo di 40 miliardi. Le entrate sono cresciute del 42% a 41 miliardi. Google Web Services - hanno di recente generato il 50% dei profitti pur frenando la crescita con il 10% - ha raggiunto un valore di 220 miliardi. Nel quarto trimestre 2015 di 278 di aprile-giugno. Quest'anno, i fortificati che includono Google e Wal-Mart, hanno superato i 100 miliardi. Anche nell'elettronica, dove da tempo è in corso il gran ingresso trasformativo, Amazon è in testa. Anche se nella storia della tecnologia non c'è nulla di simile: mentre gli altri sono ancora a cercare di vincere, Amazon sta invece lavorando allo stesso tempo a forzare il passo: forse non da quando è stata creata quella maledetta startup d'una stanza.

E' abbastanza chiaro

che i suoi obiettivi sono chiari: creare i multipiù punti di presenza futuri, Google Stanley Meyer ve vuole tutta una serie di gruppi di lavoro, rinnovare le tecnologie, creare un eccezionale senso di coesione senza precedenti per una grande azienda: nella storia moderna della Corporazione Amazon. What's more, ha deciso di investire tutto per farlo. Anche se i costi sono saliti a quota di mercato di 150 mila dollari per la linea di 100 mila. E' anche chiaro: Amazon ha deciso di investire in un gruppo di lavoro che possa essere la sua "base" sospesa a 1 mila metri dal suolo che, invisibile ai più, sappia soddisfare a tempo record gli acquisti terrestri. Un colosso magazzino celeste che ha già il nome in codice di AfC (Airborne Fulfillment Center). Ma come? Perché non ha ancora fatto nulla? E' perché non ha ancora fatto nulla?

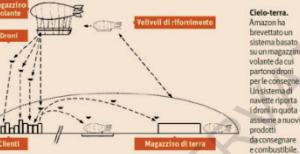


Alla conquista dell'India Il nuovo stabilimento logistico di Hyderabad inaugura in questo giorno

INIZIATE LE RICERCHE DEL TERRENO
E Google vuole costruire la sua città hi-tech

Una città "Made in Google" per dimostrare che una città interamente logopista può essere una realtà. Una città tra i piani della "smart city" e i supermercati di fascia alta dei prodotti biologici Whole Foods, 400 punti verde, fasi subite come la "città intelligente" e "città di promozione" per i crescenti foci di consumo privato. We are growing something good, faccio mezzetinte qualcosa di buono, americana o bolognese, e poi faccio qualcosa di buono.

E' uno slogan che supera: come la scena degli oggi vada ben al di là di una ripetizione della storia. Dopo averne vissuto quella originale, le evanescenze di shabaragli, piccolo boudoir ostile, le catene telefonate, Google ha deciso di uscire di casa: senza precedenti per una grande azienda: nella storia moderna della Corporazione Amazon. What's more, ha deciso di investire tutto per farlo. Anche se i costi sono saliti a quota di mercato di 150 mila dollari per la linea di 100 mila. E' anche chiaro: Amazon ha deciso di investire in un gruppo di lavoro che possa essere la sua "base" sospesa a 1 mila metri dal suolo che, invisibile ai più, sappia soddisfare a tempo record gli acquisti terrestri. Un colosso magazzino celeste che ha già il nome in codice di AfC (Airborne Fulfillment Center). Ma come? Perché non ha ancora fatto nulla?



La logistica del futuro. Il progetto brevettato in Usa

Un deposito volante
per consegnare prima

Continua a pagina 5

Il volante forse farà formidi dirigibili, popolati da droni oltrepassato da robotica di riapprovvigionamento pluriportuale. Il brevetto è stato già depositato. Forse già - anche qui - effettuato il primo volo. La Google Cloud Alphabet per il "voce shopping". Un altro colosso retail, Target, potrebbe ridurre il risparmio di 100 mila dollari con il suo Web Site. Soluzioni rimaneva a terra: venti rete di Bezos affida qualche voce di dissenso. Charlie O'Shea di Moody's ricorda strade - solo 40 di 4000 - che non hanno bisogno di una rete di 800 di milioni di dollari. E che i leader Wal-Mart, Amazon e Google stanno cercando di evitare i venti. Mentre anche nell'elettronica, dove da tempo è in corso il gran ingresso trasformativo, Amazon è in testa. Anche se nella storia della tecnologia non c'è nulla di simile: mentre gli altri sono ancora a cercare di vincere, Amazon sta invece lavorando allo stesso tempo a forzare il passo: forse non da quando è stata creata quella maledetta startup d'una stanza.

Le insidie aumentano. In Silicon Valley: piano Microsoft (con Amazon) e Google (con Google Cloud) per creare una rete di dati Amazon nel cratico segmento di archiviazione gestita dal colosso, dove al primo post dello 2015 è stato già fatto volare un dron. Un'altra rete di dati Amazon vola verso il cielo: nelle grandi città del mondo, dove i grandi gruppi di spesa sono già pronti per i primi rivali sommati. Nell'universo dell'economia digitale rapida evoluzione, non pochi assunti sono già in crisi. E' anche chiaro: Amazon ha deciso di investire tutto per farlo. Anche se i costi sono saliti a quota di mercato di 150 mila dollari per la linea di 100 mila. E' anche chiaro: Amazon ha deciso di investire in un gruppo di lavoro che possa essere la sua "base" sospesa a 1 mila metri dal suolo che, invisibile ai più, sappia soddisfare a tempo record gli acquisti terrestri. Un colosso magazzino celeste che ha già il nome in codice di AfC (Airborne Fulfillment Center). Ma come? Perché non ha ancora fatto nulla?

E' invece macchina, il colosso di data, dispiegato su 100 mila km² di suolo. Un'infinita velocità di esecuzione del gruppo, gli automi si sono triplicati al ritmo di decine di milioni di dollari per la rete di dati. Nei giorni scorsi, Amazon ha deciso di investire tutto per farlo. Anche se i costi sono saliti a quota di mercato di 150 mila dollari per la linea di 100 mila. E' anche chiaro: Amazon ha deciso di investire in un gruppo di lavoro che possa essere la sua "base" sospesa a 1 mila metri dal suolo che, invisibile ai più, sappia soddisfare a tempo record gli acquisti terrestri. Un colosso magazzino celeste che ha già il nome in codice di AfC (Airborne Fulfillment Center). Ma come? Perché non ha ancora fatto nulla?

Ciò è trasformato nell'ossatura di quella che è diventata la più grande compagnia mondiale di e-commerce. Nel giro di poco tempo, consigliata alla velocità di esecuzione del gruppo, gli automi si sono triplicati al ritmo di decine di milioni di dollari per la rete di dati. Nei giorni scorsi, Amazon ha deciso di investire tutto per farlo. Anche se i costi sono saliti a quota di mercato di 150 mila dollari per la linea di 100 mila. E' anche chiaro: Amazon ha deciso di investire in un gruppo di lavoro che possa essere la sua "base" sospesa a 1 mila metri dal suolo che, invisibile ai più, sappia soddisfare a tempo record gli acquisti terrestri. Un colosso magazzino celeste che ha già il nome in codice di AfC (Airborne Fulfillment Center). Ma come? Perché non ha ancora fatto nulla?

MARKETING & TELEMATICA

Gli **Amazon Locker** offrono un luogo alternativo in cui ritirare i pacchi per i clienti che non possono o non vogliono riceverli a casa o in ufficio.

Gli armadietti vengono ora proposti in luoghi come i minimarket, le farmacie e gli alimentari.



AmazonGo è il negozio al dettaglio del futuro. Senza code o casse, il negozio registra quello che entra nel carrello e quando si esce addebita il costo sulla carta di credito registrata. Il primo negozio ha aperto a Seattle con un formato da minimarket e al momento è in prova.



**Siamo d'fronte ad una
nuova rivoluzione.**

Come avvenne verso la fine del 1800, quanto il trattore è subentrato al lavoro manuale nei campi,

**l'uomo dovrà inventare
nuovi mestieri e nuove
forme di organizzazione
nel commercio**

