

ARREDARE AL MEGLIO PROCESSI COMPLESSI

Operativo in tutto il mondo, il marchio friulano Calligaris ha puntato da diversi anni sulle tecnologie Erp per supportare la sua crescita in termini di offerta e presenza internazionale.

A CURA DI PAOLO MORATI*

La Marocca è un modello di sedia tipico della zona di Manzano del Friuli, in provincia di Udine. È dalla sua produzione che nel 1923 è partita la storia di Calligaris, una bottega artigiana con sede proprio a Manzano diventata nel corso degli anni un'industria da oltre 600 dipendenti, con cinque stabilimenti produttivi e diverse filiali aperte in negli Stati Uniti, Croazia, Giappone, Francia, Germania e Regno Unito. Una realtà che tra la fine degli anni '90 e l'inizio del 2000 ha avviato un processo di internazionalizzazione che ha visto la contestuale adozione della piattaforma Erp JD Edwards, installata presso il proprio data center e per la cui implementazione, gestione e aggiornamento è assistita dal 2003 dalla parmense Sinfo One con il ruolo di partner di riferimento. "All'epoca concentrata fundamentalmente sulla

produzione di tavoli e sedie e con cinque sedi operative in Italia nel raggio di una quindicina di chilometri, Calligaris ha quindi iniziato a muoversi con dei primi avamposti all'estero, spostandosi dalla produzione per conto terzi a quella proprio marchio, aprendo una società commerciale e un magazzino logistico negli Stati Uniti, per successivamente acquisire in Croazia un'azienda specializzata nella lavorazione del legno, dall'albero ai semilavorati, in modo tale da assicurarsi la produzione diretta di parte della materia prima destinata alla realizzazione dei prodotti", spiega Paolo Michielin, Cio di Calligaris. "Sono stati anni di forte sviluppo, con una crescita costante e comprensiva dell'acquisizione di alcune realtà più piccole del nostro distretto e l'apertura di una filiale operativa in Giappone. Una strategia che ha consentito di far fronte alla contrazione del mercato italiano dell'arredamento verificatasi dal 2008 in poi, con il fatturato generato principalmente all'estero dove oggi si parla di due terzi su un totale di circa 120 milioni di euro".

Oltre le sedie

Nel tempo Calligaris ha deciso di estendere anche il versante dell'offerta, sviluppando nuovi prodotti in categorie precedentemente non coperte quali oggettistica, complementi di arredo, lampade, fino agli arredi imbottiti (come divani e letti) che causano una notevole complessità in termini di gestione, non utilizzando inoltre più solo legno, pelli e tessuti ma anche metalli, plastica, vetro e ceramica per un totale di 800 modelli a catalogo. Contemporaneamente la società ha poi deciso di investire nell'apertura di una settantina di negozi monomarca e di inserirsi con spazi dedicati negli store multimarca, in



Il negozio Calligaris a Londra

varie regioni del mondo per un totale di 500 unità. “Oggi siamo presenti in circa 90 Paesi, con 600 dipendenti dei quali 400 in Italia”, prosegue Michielin sottolineando come il ruolo dei sistemi informativi risulti di fatto fondamentale per supportare la strategia di sviluppo portata avanti, con decisa costanza, negli ultimi quindici anni. “Nel settore arredamento già il fatto di aver deciso di introdurre un Erp di livello internazionale non era usuale alla fine degli anni ‘90. Ecco che ci siamo mossi per capitalizzare al meglio l’investimento fatto, massimizzando l’uso ed evitando l’introduzione di ulteriori software a corredo al di là di quelli più classici dedicati a BI, Crm, Gestione Documentale. Al centro c’era in sostanza l’idea di ottenere una reale integrazione applicativa il che voleva dire anche investire nelle persone IT, puntando su competenze ben mirate sui processi di business ai quali la tecnologia fa da supporto. Qualcosa che ci ha permesso di risolvere con successo le problematiche emerse quando, ad esempio, abbiamo deciso di informatizzare la realtà croata che ancora lavorava con i fogli elettronici nei quali venivano immessi i dati tecnici, di programmazione e produzione”, sottolinea Michielin.

Più utenza, più processi

La piattaforma JD Edwards oggi è implementata su tutti i reparti di Calligaris governando la parte finance, di procurement e di distribution, e operando anche sul manufacturing in termini di planning and execution. Ancora, l’Erp è coinvolto nei processi di vendita e in quelli di configurazione, dove i prodotti imbottiti contengono, come si è già accennato, un enorme varietà di combinazioni. “Si parla di 200.000 possibili varianti tra rivestimenti, colori, forme e opzioni comfort”, precisa Michielin aggiungendo che la piattaforma viene utilizzata da più figure in azienda: dalla direzione che tiene sotto controllo i processi di riferimento al singolo operatore interno alla fabbrica che, tramite terminale con lettore in radiofrequenza, legge le fasi di avanzamento della produzione. Per potersi espandere coprendo più ambiti aziendali, la piattaforma ha nel 2008 subito un primo aggiornamento consistente (versione 8.12), non solo di tipo funzionale ma anche tecnologico, abbracciando l’architettura basata su web. Un cambiamento particolarmente spinto e che ha portato a miglioramenti significativi in termini di pianificazione e comprensione a livello di disponibilità dei prodotti, guadagnando una maggiore visibilità sull’andamento della fabbrica relativamente a elementi quali carichi di produzione, carico delle risorse derivato dai piani di produzione, e della gestione delle fasi dei materiali nel corso di svolgimento del ciclo produttivo. Oggi tutto questo sta per essere nuovamente ‘rivoluzionato’ con il passaggio alla versione 9.2 che, mantenendo la



Paolo Michielin,
Cio di Calligaris

stessa impostazione dal punto di vista tecnologico, aggiunge una serie di nuovi strumenti e funzionalità, interfacciandosi ancor più nativamente con il back office e supportando al meglio il mondo mobile, sempre più diffuso nella gestione quotidiana dei processi aziendali. Contemporaneamente è prevista la dismissione di alcuni software dedicati assumendo direttamente la gestione a livello centrale di funzioni quali invio automatizzato di documenti come le conferme ordini, così come la parte di printing da produrre attraverso tool grafici integrati.

Un passo oltre

“Con Sinfo One abbiamo instaurato una partnership che mette insieme le rispettive competenze per valutare al meglio che cosa introdurre e come, e oggi utilizziamo JD Edwards sfruttandone tutte le possibilità. Mentre l’Erp non è attualmente ancora coinvolto in modo particolare sui processi esterni verso i fornitori, se non per alcuni di quelli legati al trasferimento ordini di acquisto, stampa ed etichette, è invece indirizzato appieno sul manufacturing, la produttività interna, la logistica integrata con il warehouse management system esterno, con trasferimento delle informazioni di picking e stock dei materiali, e viceversa, a completamento del ciclo di evasione degli ordini. Stiamo infine valutando l’introduzione di un modulo, realizzato da Sinfo One, dedicato alla gestione delle promozioni per legarle ai contratti vendita. Si tratta di un processo complesso, anche perché trasversale sulle varie gamme di prodotti e sulle scelte compiute dal cliente in fase di acquisto. L’idea è di automatizzare le promozioni, collegando un portale esterno all’Erp, per produrre ordini corretti comprensivi di offerte e condizioni di sconto coerenti, eliminando del lavoro manuale”, conclude Michielin.

*REDATTORE EXECUTIVE.IT