

CONVEGNO. Al Digital Meet all'Università, le tecnologie informatiche e robotiche nei magazzini e nella gestione clienti

Logistica e digitale vitali per le aziende

Bauli (Confindustria):

«La politica ne deve tenere conto quando discute di infrastrutture»

«Bisogna puntare sulla logistica per far crescere ancora l'economia veronese; la politica ne deve tenere conto quando si discute di infrastrutture». È il messaggio di Michele Bauli, presidente di Confindustria Verona, al convegno «I trend della digitalizzazione nella logistica del largo consumo», al polo Santa Marta dell'Università, primo appuntamento del Digital Meet a Verona. L'evento è stato promosso da **Number 1**, azienda leader in Italia della logistica specializzata del food&grocery e della grande distribuzione. Presenti anche Roberto Giacobazzi direttore del dipartimento di Informatica dell'ateneo veronese, **Renzo Sartori** presidente di **Number 1**, Alessandro Dai Prè presidente Sezione Servizi innovativi e tecnologici di Confindustria Verona e Gianni Potti fondatore di Digital Meet, la manifestazione dedicata alla cultura del digitale che quest'anno, con 150 eventi, abbraccia l'Italia da Potenza a Milano.

Il «digital divide», il gap di conoscenze sull'uso dei nuovi dispositivi, siano essi software come gli Erp (enterpri-

se resource planner) o i robot che spostano le merci nei magazzini, va superato anche nel settore della logistica, ha spiegato Sartori. Intelligenza artificiale, veicoli automatizzati, servizi cloud, software per la gestione dello stoccaggio e del flusso di grandi quantità di merci possono diventare potenti alleati delle aziende per far fronte a un mercato complesso (migliaia di clienti), sempre in evoluzione e quindi sempre incerto, come ha spiegato Alessandro Perego (responsabile scientifico degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano).

Per rifornire i ristoratori garantendo flessibilità e velocità di consegna in fasce orarie ristrette o per garantire la tracciabilità dei prodotti Melin per bambini, gli strumenti informatici e la collaborazione con **Number 1** sono decisivi, hanno spiegato Fabio Sala, Demand planning, supply e logistics manager Danone, e Riccardo Montanucci, Customer supply chain director Carlsberg Italia. «È necessario però formare il personale adeguatamente e organizzare le attività in modo adeguato per sfruttare queste nuove possibilità», ha detto Barbara Gaudenzi, docente di Logistics management dell'Università di Verona. •



Il tavolo dei relatori al Digital Meet al Polo Santa Marta

