

Filiera &amp; Logistica

## Number1, consegne espresso

Il gruppo logistico parmigiano gestisce attualmente oltre il 40% dei volumi di caffè distribuiti in Italia, grazie alla specializzazione raggiunta nella multicanalità tra Gdo, Normal trade e Horeca



Andrea Ponti

Dal caffè in grani alle capsule compostabili, dagli ipermercati alle vending machine fino ai bar più cool della movida in centro città: per un grande specialista della logistica food & drink come **Number1** la distribuzione del caffè s'è dimostrata fin dalle prime battute un banco di prova di grande utilità per affinare le competenze e le capacità operative in termini di gestione flessibile ed efficace sia della multicanalità che della personalizzazione del servizio. Una prova del nove ampiamente superata: tant'è vero che il **Gruppo Number1** nel 2019 è arrivato a gestire

### HORECA, UNA CORSA CONTRO IL TEMPO

Mentre nel retail il focus della distribuzione del caffè si concentra in particolare sulla gestione dei volumi, nel canale Horeca il tempo è tiranno: la rete di vendita e la capillarità del servizio offerto risultano strategici per comprimere al massimo i tempi operativi tra il ricevimento dell'ordine raccolto dall'agente e la consegna presso il singolo punto di consegna.

Con una rete costituita da otto hub e da 28 transit point su tutto il territorio nazionale, Number1 s'è strutturato anche per offrire alle aziende clienti del caffè un servizio da corriere espresso in termini di lead time e

di capillarità di servizio.

"In questo settore – conferma **Davide Villani, Direttore Generale di Number1** – il servizio logistico è di tipo 'espresso'. Dalla nostra, peraltro, possiamo contare su un'esperienza consolidata nel canale Horeca non solo con il caffè, ma anche con altri prodotti e clienti del beverage (come birra, vino, spumante, bibite gassate): effettuiamo **consegne in oltre 25mila punti tra bar, ristoranti, hotel e mense, che spesso richiedono un servizio capillare e differenziato, dalle località più periferiche alle grandi città,**

## Filiera &amp; Logistica

Le cifre di **Number1**

## RETE LOGISTICA

8 hub

28 transit point in tutta Italia

## FLOTTA

300 trattori

450 semirimorchi

500 furgoni

## SERVIZIO RETAIL

700 cedi

8.880 supermercati

430 iper

3mila grossisti

61mila pdv normal trade

1.500 cash carry

## SERVIZIO HORECA

25mila bar, ristoranti, hotel, mense

Fonte: dati aziendali

**50% ca**  
la quota di **Number1**  
sul totale del caffè distribuito  
nel canale Retail in Italia

comprese ovviamente anche le zone a traffico limitato ed Ecopass. Curiamo una relazione stretta e personalizzata con migliaia di gestori, puntando su servizi ad hoc come il preavviso telefonico, la programmazione delle fasce orarie di scarico della merce, le consegne anche in ambienti poco praticabili (per esempio, nelle cantine). Un elemento ulteriore che contraddistingue **Number1** è la **fidelizzazione degli addetti che svolgono l'attività di consegna finale: ciò permette di avere una conoscenza di prima mano delle esigenze del singolo**

## COVID-19, LA LOGISTICA È UN SERVIZIO SOCIALE

In questi ultimi mesi – appena prima dell'annuncio ufficiale di **Number1** della sua 'conversione' a benefit corporation – l'emergenza Covid-19 e il lockdown hanno messo a dura prova, e in anticipo, la validità e la robustezza dei modelli organizzativi e gestionali prescelti proprio nei mesi precedenti. Un battesimo del fuoco superato con lucidità e determinazione: basti pensare alla chiusura temporanea dell'hub di Casalpusterlengo (Lo), nella zona rossa di Codogno, riattivato dopo soli quattro giorni, o alla richiesta di molto clienti di rilocalizzare 'istantaneamente' degli stock fuori dalla Lombardia, operazione conclusa in pochi giorni con la movimentazione di oltre 40mila bancali in altri hub del gruppo.

**In tutti gli impianti del gruppo parmigiano s'è proceduto in tempi record alla riorganizzazione degli addetti nei magazzini per rispettare le regole di distanza e le norme di sicurezza sanitaria**, fornendo a tutti i collaboratori (autisti compresi) sia un'adeguata formazione sia le mascherine e i dispositivi necessari. E nella sede di Parma, l'adozione dello smart working ha ridotto in pochi giorni da 150 a 10 il numero di persone presenti costantemente negli uffici.

"La risposta collettiva del nostro gruppo – commenta  **Davide Villani, Direttore Generale di Number1** – è stata quella di esprimere al massimo le migliori competenze e tecniche organizzative fin qui raggiunte, grazie all'impegno concreto e pieno di tante persone, che non solo si sono dimostrate molto identificate nella mission e nelle scelte dell'azienda, ma che per di più hanno capito la fondamentale funzione sociale del settore logistico in un periodo di emergenza nazionale senza precedenti come quello che abbiamo affrontato".

**oltre il 40% dei volumi del caffè distribuito in Italia nei diversi canali**, superando addirittura il 50% nel retail, tra distribuzione moderna e dettaglio tradizionale indipendente.

## Un servizio a misura di multicanalità

"Anche se la gestione della distribuzione del caffè – spiega  **Davide Villani, Direttore Generale di**

**Number1** – ha un'incidenza inferiore al 10% sul nostro fatturato totale, **l'esigenza di servizio del prodotto è pesata molto di più del fatturato espresso**: multicanalità, velocità, tempestività, precisione, sicurezza, servizi di customer service avanzato, tracking real time di ogni singola operazione e la gestione dei materiali accessori alla vendita sono i principali muscoli che abbiamo irrobustito per servire correttamente i nostri clienti

**punto di consegna e di mantenerla nel tempo**. Naturalmente, inseriamo tutte queste informazioni raccolte anche nel nostro sistema informatico: dagli orari di consegna al punto di scarico, dalle modalità di posizionamento del prodotto fino a quelle d'incasso con contrassegno. Ma non trascuriamo mai di creare e mantenere un rapporto diretto e personale con il titolare del bar o del ristorante". Sempre in tal senso, il customer care di **Number1** effettua un monitoraggio continuo sulle eventuali segnalazioni ricevute dai punti di consegna e interviene

tempestivamente per effettuare i necessari correttivi.

"Sempre per il canale Horeca, infine – conclude  **Davide Villani** –, **Number1 prevede anche il sistema della tentata vendita**: per questo alcune aziende del caffè nostre clienti ci chiedono anche di costituire presso i nostri transit point dei 'micro stock' alimentati dall'hub principale, dai quali i singoli agenti territoriali possono periodicamente caricare i prodotti, il materiale di merchandising e, in alcuni casi, anche le attrezzature, che richiedono ulteriori interventi di assistenza tecnica".

## Filiera & Logistica



produttori di caffè. Loro ci affidano la gestione logistica di diverse tipologie di prodotto – cialde, capsule, macinato, grani, nonché del materiale merchandising per le attività promozionali – che va incrociata con la loro distribuzione su più canali – Retail, Traditional, Horeca, Vending – con l'impegno di coniugare le caratteristiche del settore con quelle più strategiche di ciascun cliente".

### Tracking & security per ogni lotto di merce

"Ogni canale – rimarca Davide Villani – richiede servizi logistici specifici a seconda dei segmenti di mercato cui si rivolge: dato che i nostri clienti del caffè sono presenti contemporaneamente in più canali, solo una struttura particolarmente flessibile, articolata e gestita da

sistemi informativi unici, come quella di **Number1**, è in grado di offrire un servizio efficiente e tailor made in funzione dei diversi punti di consegna. Nel contempo, il primo passo resta sempre quello di essere in grado di garantire una risposta adeguata alle esigenze comuni dei vari canali: a cominciare dalla **necessaria costante visibilità, da parte dell'azienda cliente, dei lotti di produzione affidatici sia in termini di stock che di stato della consegna**, sino all'esitazione immediata e alla gestione dei flussi di reverse. Visto il valore intrinseco dei prodotti in carico, è importante garantire anche l'adeguatezza dei processi di security attraverso l'utilizzo dei sistemi di antintrusione, di controllo degli accessi, della videosorveglianza h24 e l'informazione satellitare, di cui tutta la flotta di **Number1** è dotata".

## LA GRANDE SFIDA DELLA B CORP

**Number1 è il primo gruppo logistico food & drink in Italia a potersi fregiare dello status di B Corp (cioè di benefit corporation)**, introdotto nell'ordinamento giuridico italiano con la legge di Stabilità del 2016.

Un passaggio di status – sancito ufficialmente lo scorso 28 aprile, dopo più di un anno di attività preparatoria – quanto mai impegnativo, perché **introduce nello statuto l'obiettivo di perseguire a 360° un modello di business sostenibile**, che sappia integrare gli interessi delle persone e dell'ambiente, coinvolgendo più che mai l'intera governance e tutta l'organizzazione aziendale.

Per farsi un quadro della complessità della struttura base di **Number1**, bastano alcune cifre: **con una rete costituita da 8 hub e 28 transit point in tutto il territorio nazionale, la flotta di Number1 può contare su 300 trattori, 450 semirimorchi e oltre 500 furgoni e avvalersi dell'integrazione di fornitori terzi consolidati e affidabili**.

Da tempo **Number1** s'è attivata per moltiplicare le pratiche sostenibili di anno in anno, **investendo sull'innovazione tecnologica, delle attrezzature e del parco veicoli, con camion e furgoni a gas naturale e carrelli al litio**.

In parallelo, ha anche avviato una profonda revisione dei processi operativi insieme alle aziende committenti: la gestione degli stock presso gli hub sul territorio o nel loro deposito di stabilimento, la logistica di magazzino con la tecnologia voice e in piena conformità con i protocolli Haccp per le referenze alimentari, così come il trasporto e la distribuzione dell'ultimo miglio.

A queste attività s'è associato nel tempo anche un servizio a

valore aggiunto come il co-packing, che permette d'integrare confezionamento e consegne per un controllo ancora più ottimale dei tempi e dei materiali.

Attualmente, **nel canale retail Number1 raggiunge 700 cedi, 8.880 supermercati e 430 iper, mentre nel traditional consegna a 3mila grossisti, 61 mila negozi del normal trade e a 1.500 cash carry**. "Forti di questi numeri, e con una conoscenza capillare della Gdo – nota **Davide Villani, Direttore Generale di Number1**

–, possiamo movimentare volumi importanti dando risposte personalizzate alle esigenze specifiche delle insegne. Tra i nostri punti di forza ci sono la pallettizzazione customizzata, la gestione degli slot di consegna secondo le necessità dei clienti, l'ottimizzazione delle soste, la digitalizzazione dei documenti di trasporto, l'utilizzo del despatch advice. Mettiamo inoltre a disposizione dei clienti i più avanzati processi di just in time nella gestione efficiente tra produzione, scorte e outbound arrivando ad attuare progetti ambiziosi come la sincronizzazione delle dei flussi di consegna. Vi sono infine esigenze specifiche legate alle strategie industriali di ciascun cliente: come, per esempio, **la gestione dello stock suddiviso in più hub per garantire alla rete commerciale dell'azienda dei tempi di consegna competitivi nelle varie aree**. Laddove invece la rapida crescita di un player ha comportato la conversione del suo magazzino a spazio produttivo e il relativo passaggio a una lavorazione just in time, l'ufficio pianificazione di **Number1** è a disposizione della funzione commerciale, operativa e logistica del cliente per la necessaria condivisione dei forecast e per garantire il lead time mettendo a punto un flusso logistico molto "teso".