



30/05/2019

In AsstrA alla logistica del fashion hanno dedicato un dipartimento ad hoc

Ogni paese ha il suo biglietto da visita fashion, un marchio associato a questa particolare regione. Non è un segreto che la "patria" del brand e i suoi luoghi di produzione possono essere distanti centinaia e migliaia di chilometri tra loro. Il mercato dei siti di outsourcing in Cina, India, Pakistan e Vietnam produce l'85% di tutta la linea di prodotti di marchi mondiali. Su come collegare tutte le fasi della produzione di abbigliamento, e perché la logistica per l'industria tessile non è affatto un compito facile, abbiamo parlato con il responsabile del dipartimento AsstrA Beauty and Fashion Logistics Fedor Pakush.



Il responsabile del dipartimento AsstrA Beauty and Fashion Logistics Fedor Pakush

Quali caratteristiche si possono distinguere nella logistica per il segmento fashion? In che modo influiscono sul prezzo per il consumatore finale? Pakush: Il fattore principale è, ovviamente, il tempo. I tempi di consegna sono la prima regola di base nella logistica dell'abbigliamento. Immaginate la seguente situazione: un grande mass market crea una nuova collezione di vestiti, merceria e accessori, stipula i contratti con i retailer di tutto il mondo, progetta e lancia le campagne pubblicitarie, probabilmente annuncia anche l'apertura di nuovi negozi di marchio ed ... è in ritardo con la consegna per una settimana. 7 giorni non sono tanti, vero? Ma questi sono sette giorni del disuso degli spazi dei magazzini, sette giorni dell'affitto di spazi commerciali, per non parlare di cattiva reputazione e dei consumatori delusi del ritardo. Perciò, una pianificazione precisa e un controllo in ogni fase della consegna sono i requisiti di base che devono essere rispettati da tutti i partecipanti della catena. Per garantire l'arrivo puntuale di un'auto per lo scarico AsstrA, ad esempio, assegna due conducenti a un'auto. Ciò consente non solo di ridurre la dipendenza del trasporto dal fattore umano, ma anche di risparmiare fino al 50% del tempo.

Oltre al tempo quale altro fattore gioca un ruolo determinante nella logistica del fashion? Pakush: Il secondo fattore importante che deve essere tenuto in mente sia dal mittente sia dal fornitore di servizi di trasporto e logistica è la stagionalità. Tradizionalmente, per il lancio delle collezioni primavera/estate, autunno/inverno sul mercato si nota un aumento della domanda e, di conseguenza, una carenza di veicoli. Questo è il motivo per cui per i grandi produttori una ricerca anticipata di partner logistici e prenotazione degli spazi carico è un "must do". Sperare di "salire nell'ultima carrozza" e trovare un numero sufficiente di auto durante l'alta stagione senza prenotazione è un piano molto rischioso e raramente appagante. Tuttavia, nell'industria della moda contemporanea è apparso un concetto di ultra fast fashion, cioè quando le collezioni non si limitano ai periodi autunno-inverno e primavera-estate, ma cambiano più spesso, catturando all'istante le ultime tendenze e adattandosi a loro. In questo caso, ai clienti di AsstrA vengono proposte le soluzioni di consegna express, trasporto con i treni ad alta velocità dalla Cina o trasporto aereo. Naturalmente, queste opzioni richiedono un investimento maggiore rispetto al trasporto marittimo o ferroviario standard, ma in questo consiste l'essenza del concetto di "trend". Il consumatore finale è disposto a pagare in più per qualcosa ma solo se riceve un'offerta unica e la riceve prima degli altri.



E poi cosa occorre ancora? Pakush: La terza regola di base è la sicurezza. Abbigliamento, merceria, accessori sono i beni di alta liquidità, quindi il rischio di furto è piuttosto alto. In AsstrA, la sicurezza viene raggiunta attraverso uno schema preciso che comprende solo le strade comprovate, stazioni di servizio e parcheggi custoditi. Ogni nuovo percorso è accuratamente studiato.

Cosa dovrebbero prendere in considerazione i clienti quando scelgono un appaltatore? Pakush: La maggior parte dei produttori mondiali lavora oggi su un sistema di appalti, cioè la compagnia logistica viene selezionata sulla base competitiva. Nelle condizioni del concorso, i clienti prescrivono tutte le condizioni obbligatorie. Esse possono variare a seconda della direzione del trasporto o del regolamento interno del cliente. Ma le cose essenziali, ripeto, sono la tempistica, la sicurezza, la presenza di servizi aggiuntivi. I requisiti "extra" sono veicolo specializzato con le grucce, l'etichettatura, la preparazione in pre-vendita di merci.

Come rispondete a queste richieste "speciali"? Pakush: Proprio le richieste non standard e quelle complesse da parte dei clienti dell'industria tessile hanno dato vita alla creazione di un dipartimento specializzato AsstrA Fashion and Beauty Logistics (AFBL) quattro anni fa. All'interno del progetto, il team di AsstrA ha raccolto e analizzato l'esperienza di progetti realizzati per l'industria della moda e dei cosmetici. Sulla base di questa esperienza, sono stati formati gli standard di lavoro del dipartimento ed è stato creato un pacchetto di servizi di base e quelli aggiuntivi. Il fatto che l'approccio progettuale funziona diventa particolarmente evidente quando si realizzano le richieste complesse. Per esempio, recentemente AsstrA ha effettuato una consegna di un lotto di scarpe dall'India. L'AFBL aveva il compito di raccogliere le merci in un magazzino di consolidamento in India da cinque stabilimenti in diverse regioni. Dopo bisognava effettuare un controllo di qualità, caricare, preparare le pratiche di documentazione e consegnare le merci in Europa. Poi in Europa, eseguire l'etichettatura obbligatoria, e quindi distribuire le scarpe, anche in Russia, il che ha richiesto gli ulteriori sdoganamenti. Il successo di molti progetti e l'esperienza accumulata non significa che adesso si può "dormire sugli allori". L'industria della moda è un mercato movimentato, flessibile e spesso imprevedibile, e deve essere costantemente monitorato. Così oggi, i marchi europei che collaborano con il mercato russo, si sono trovati di fronte a una nuova sfida: l'obbligo di etichettatura delle scarpe nella Federazione Russa dal 1 ° giugno 2019. Stiamo già sviluppando un servizio adatto a questo cambiamento: stiamo creando una rete di magazzini in Europa, che fornirà il servizio della marcatura di merci, la preparazione di documenti e l'ulteriore spedizione nella Federazione Russa.

asstraitalia@asstraitalia.com