ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI ESPERTI CONTABILI
MILANO

FONDAZIONE COMMERCIALISTI ODCEC di MILANO

19 Settembre 2018

LA DIGITAL TRANSFORMATION QUALE ELEMENTO PER L'INTEGRAZIONE DEI PROCESSI INDUSTRIALI

MARCO MARZOLI
AD FILMAR SPA

CERIF ASSOCIAZIONE CENTRO DI RICERCA SULLE IMPRESE DI FAMIGLIA

FILMAR – LA MISSION

Realizziamo filati di altissima qualità per i migliori marchi del mondo.

Selezioniamo pregiate materie prime e le trasformiamo con sistemi di produzione innovativi, rispettosi dell'ambiente, delle persone e della loro sicurezza.

Assicuriamo al mercato tempestività e flessibilità di risposta grazie alla digitalizzazione dei nostri processi e servizi.

Aggiungiamo talento e creatività per dare vita a prodotti di eccellenza destinati a piacere e durare nel tempo

FILMAR SPA

Anno fondazione: **1958**

Fondatore**: LUIGI MARZOLI**

Prodotto: **Filati in 100% cotone per maglieria, tessitura e calzetteria**

Prodotto più conosciuto: **Filoscozia the original** filoscozia® the original

Siti industriali**: Erbusco (Franciacorta) sede principale e storica e Borg el Arab (Egitto)**

FILMAR IN NUMERI

60

60 anni di esperienza

46.000 m^2 di reparti produttivi

STOCK SERVICE

4.000 colori in pronta consegna

5 milioni di chili di filato ogni anno

600 dipendenti

61 mil € nel 2017

DAL SEME AL CAPO FINITO

Ca va de soi

Bresciani

I CLIENTI FILMAR

TEZENIS
D&G DOLCE & GABBANA
BOSS HUGO BOSS
LIU·JO
TOMMY HILFIGER
FALCONERI
MONCLER
LACOSTE
PAUL & SHARK yachting
Christian Dior PARIS
HERMÈS PARIS
VERSACE
LOUIS VUITTON
CHANEL
GUCCI
FENDI
CALZEDONIA
navigare
Harmont&Blaine
Ermenegildo Zegna
RALPH LAUREN
Calvin Klein
GALLO
BURBERRY
Salvatore Ferragamo
ciocca
Laura Biagiotti
FALKE
GIANFRANCO FERRE
ETRO
PRADA MILANO
Brooks Brothers
EMPORIO ARMANI
Massimo Dutti

"FLESSIBILITÀ" E "PERSONALIZZAZIONE"

TREND

La moda grazie al Digital e ai social media si sta spostando dal creativo del grande brand a quella più democratica del consumatore finale che determinerà gli stili e le tendenze del futuro

CONTESTO COMPETITIVO

Maggiore servizio legato a piccole quantità per lo più «***customizzate***»

Fonte immagine:ied.it

Fonte immagine:https://www.polosw.it

RUOLO DELLA DIGITALIZZAZIONE NEL PIANO STRATEGICO 2018-2020

MAGAZZINO CENTRALIZZATO E AUTOMATIZZATO

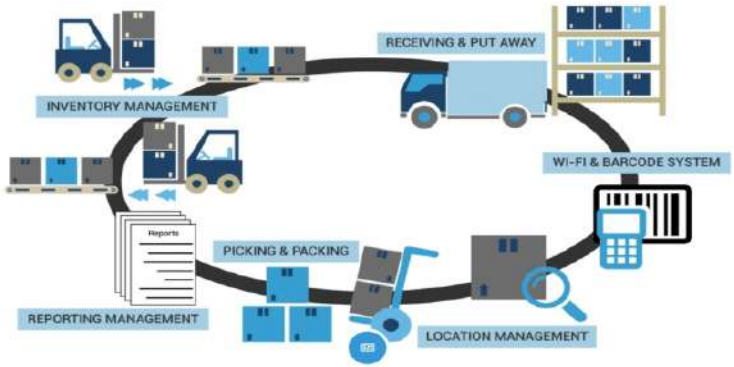
- È in fase di costruzione e verrà completato entro metà 2019 un nuovo magazzino intelligente di circa 4500mq e 12 metri di altezza.
- Il nuovo magazzino darà più velocità e garanzia alle consegne verso i clienti e verso i vari reparti produttivi per la personalizzazione del prodotto
- Il magazzino consentirà la consegna e gli spostamenti da 1kg fino al lotto completo di circa 500 kg) tramite miniload e trilaterale

TRACCIAMENTO DEL PRODOTTO LUNGO IL PROCESSO PRODUTTIVO TRAMITE RFID

- Ottimizzazione del processo di programmazione schedulazione
- Integrazione tra processo produttivo e logistico per la personalizzazione degli articoli
- Miglioramento delle informazioni per il cliente e ufficio Vendite/Agenti sull'avanzamento degli ordini di vendita

AUTOMATIZZAZIONE DEL PROCESSO LOGISTICO INBOUND-OUTBOUND

- Gestione integrata di ordini di prelievo e promesse di produzione attraverso il WMS
- Gestione integrata dei magazzini di FILMAR (Italia) e FNT (Egitto)
- Gestione integrata con il magazzino dei clienti (1 sperimentazione in corso)



RIORGANIZZAZIONE DEL LAYOUT PRODUTTIVO

Il nuovo magazzino libererà e consentirà di ottimizzare gli spazi dei reparti produttivi.
Questo permetterà di ripensare completamente il layout delle macchine di produzione, gli spostamenti del materiale in un'ottica completamente nuova e cioè la riconversione attraverso la digitalizzazione delle macchine di alta produzione verso quella dei piccoli lotti.

FILMAR LEAN ORGANIZATION

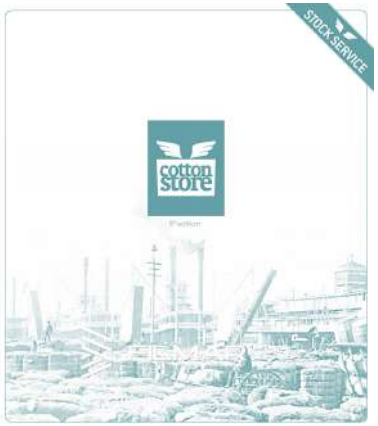
- Questa nuova ottica si chiama «lean organization». La lean organization e lean thinking è un sistema ben consolidato e attivo nell'automotive.

- Filmar è la prima azienda tessile, in assoluto, ad introdurre questo nuovo modo di produrre e pensare al continuo miglioramento e alla riduzione degli sprechi. Passaggio dalla logica push a quella pull lungo tutto il processo operativo.

www.aecsoluzioni.it

INTRODUZIONE DEL CRM E CONSEGUENTE RIORGANIZZAZIONE DELLA FORZA VENDITA

- Incremento del valore aggiunto delle informazioni da e per il cliente
- Maggiore scambio di informazioni «sensibili» tra la forza vendita e con gli uffici commerciali di FILMAR
- Facilità di acquisizione dati per «data analytics» e «budgeting»

DIGITALIZZAZIONE DEL CAMPIONARIO E DELLE CARTELLE COLORI

- Maggiore capacità di profilatura clienti e prospects
- Maggiore integrazione tra ordini di vendita e ordini di produzione
- Incremento efficacia della rete vendita e stima delle previsioni di vendita più precisa