

NUMERO 04 / GIUGNO 2021

UBLIQUE

MAGAZINE

INSIDE

DECISION INTELLIGENCE FOR A BETTER WORLD / SOSTENIBILITÀ E TRASPORTI /
IL FUTURO DELLA MODA È VERDE / È L'ORA DEL VINTAGE / THINK ORANGE, ACT
GREEN: IL CASO SPINDOX / IL MONDO DEI TRASPORTI TRA AI E ULTIMO METRO /
A QUALCUNO PIACE AGILE / AHEAD OF TIME

04

DECISION INTELLIGENCE FOR A BETTER WORLD

Green Supply Chain Management

13

IL FUTURO DEL FASHION È VERDE

Per una moda sostenibile e
responsabile

20

THINK ORANGE ACT GREEN

Spindox presenta il suo primo
Bilancio di sostenibilità sociale
e ambientale

27

A QUALCUNO PIACE AGILE

Topics & Tips

09

SOSTENIBILITÀ E TRASPORTI

Lo Shift modale e la
decarbonizzazione.

17

È L'ORA DEL VINTAGE

Risparmiare e aiutare il pianeta
con un clic, rimanendo alla moda

23

IL MONDO DEI TRASPORTI TRA AI E ULTIMO METRO

Decision Intellience,
ottimizzazione e sostenibilità

31

AHEAD OF TIME

L'innovazione al servizio del
bene comune



ALL YOU NEED IS UBLIQUE

Ublique è la tecnologia per il supporto alle decisioni di Spindox.

La sua ampia gamma di applicazioni si adatta ad utenti di vari mercati e settori, dalla supply chain al transport planning, dal revenue management alla demand intelligence.

SPEEDY

Ublique è stato progettato per garantire la massima velocità nell'effettuare calcoli complessi e nell'elaborare grandi quantità di dati a supporto del decision making.

FRIENDLY

La tecnologia Ublique è progettata per essere utilizzata in modo indipendente o interfacciata con sistemi operativi mobili, browser Internet, ERP, WMS, TMS e sistemi di controllo ecc.

EASY

Dal data entry agli output finali, Ublique rende facili le operazioni quotidiane semplificando le scelte per il tuo business.

WHOLLY

Ublique è unico e solo: nella stessa piattaforma puoi trovare ottimizzazione matematica, simulatori dinamici, modelli di intelligenza predittiva e artificiale.

SOSTENIBILITÀ

Ublique permette la valutazione e l'ottimizzazione della sostenibilità a livello economico, ambientale e sociale.

Demand Intelligence

Il modulo dedicato al forecast permette di ottimizzare l'assortimento a livello di punto vendita e magazzino, prevedendo la domanda per calcolare le vendite future dei beni che si vogliono proporre, riducendo in tal modo il rischio di overstock e stockout.

Simulazione e Digital Twin

Ublique utilizza la simulazione per creare gemelli digitali di processi e centri di distribuzione per l'ottimizzazione delle quantità da stoccare ed evitare il deterioramento di prodotti in magazzino e ridurre i consumi energetici.

Ottimizzazione dei trasporti

Questo modulo di Ublique prende in considerazione gli aspetti legati all'impatto dei trasporti in termini di Carbon Footprint, riducendo al minimo i consumi senza perdere i livelli di servizio.

Visita il sito per saperne di più: www.ublique.ai

Oppure mandaci una mail: hello@ublique.ai



DECISION INTELLIGENCE FOR A BETTER WORLD

GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

“Questi ultimi anni dell’era postmoderna mi sono sembrati un po’ come quando sei alle superiori e i tuoi genitori partono e tu organizzi una festa. Chiami tutti i tuoi amici e metti su questo selvaggio, disgustoso, favoloso party, e per un po’ va benissimo, è sfrenato e liberatorio, l’autorità parentale se ne è andata, è spodestata, il gatto è via e i topi gozzovigliano nel dionisiaco. Ma poi il tempo passa e il party si fa sempre più chiassoso [...] le cose cominciano a rompersi o rovesciarsi, e ci sono bruciature di sigaretta sul sofà, e tu sei il padrone di casa, è anche casa tua, così, pian piano, cominci a desiderare che i tuoi genitori tornino e ristabiliscano un po’ di ordine... Non è una similitudine perfetta, ma è come mi sento, [...] sento che sono le tre del mattino e il sofà è bruciacchiato e noi vorremmo che la baldoria finisse. [...] Stiamo sperando che i genitori tornino [...] E poi arriva il disagio più acuto, quando lentamente ci rendiamo conto che in realtà i genitori non torneranno più - e che noi dovremo essere i genitori.”

Quella qui riportata è una dichiarazione dello scrittore David Foster Wallace che nel 1993 paragona la condizione postmoderna a una festa scomposta e disordinata. Ma, in questa sede, prendiamo in prestito la sua metafora poiché ci sembra adatta a descrivere il momento in cui, a livello globale, è sorta la consapevolezza che qualcosa non stava funzionando nel modello di crescita economico che si era innescato dal Secondo Dopoguerra.

“Uno sviluppo senza progresso” dirà Pasolini riferendosi al panorama italiano, paragonando la crescita del Boom economico degli anni Sessanta prima e degli anni Ottanta poi, ad un processo simile allo sviluppo fisiologico di un corpo che, senza un adeguato apprendimento culturale, non riesce a trasformare lo slancio della crescita in un miglioramento reale e duraturo.

Fino a un decennio fa l’atteggiamento collettivo verso il domani era decisamente miope: il futuro era considerato a brevissimo termine e le conseguenze delle proprie azioni non venivano prese in considerazione.



Lo stesso comportamento adolescenziale che Foster Wallace descrive nella sua metafora: un disinteresse diffuso per il deterioramento delle risorse, fino all'acquisizione della consapevolezza che quella che si andava bruciando, consumando, distruggendo non era altro che la propria casa e i decisori chiamati a porre rimedio, a invertire il corso degli eventi, a fare scelte per il bene comune non erano né le generazioni passate, né quelle future, ma quelle presenti. Così, dopo la sbornia collettiva degli anni Ottanta, si iniziano a vedere i segni di politiche di gestione scellerate: dall'accumulo dei rifiuti alla deforestazione, dal divario tra paesi ricchi e poveri al progressivo peggioramento della qualità della vita. Quella che era la presa di coscienza di pochi diventa in poco tempo una priorità nelle agende internazionali, arrivando alla stipulazione di trattati e norme condivise per iniziare a rallentare il decorso dell'autodistruzione.

Ma le norme sono niente senza il cambiamento culturale e solo recentemente parole come decarbonizzazione, sostenibilità, riciclo hanno acquisito un significato reale nella vita degli individui come nel sistema economico e nelle politiche aziendali.

EFFICIENZA E SOSTENIBILITÀ: IL FUTURO DELLE AZIENDE

Questa crescente attenzione ai temi della sostenibilità ha portato a comprendere che la scarsità di risorse naturali e la vulnerabilità della salute della biosfera impongono un profondo ripensamento del concetto di sviluppo inteso come un processo in armonia con l'ambiente, nell'interesse delle generazioni presenti e future. La Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo (WCED) ha stabilito che l'obiettivo principale dell'attuale processo modello economico e tecnologico è garantire che l'uso delle risorse ambientali per soddisfare le esigenze attuali sia gestito in modo che possano essere sfruttate anche dalle prossime generazioni.

Sostenibili e consapevoli: dalle norme al cambiamento culturale

Successivamente il protocollo di Kyoto ha inequivocabilmente espresso il legame tra imprese e sostenibilità, richiamando l'attenzione sulla necessità di un cambiamento forte e di una maggiore attenzione verso l'impatto ambientale delle attività, finalizzato alla riduzione dei rifiuti, delle emissioni di gas serra, del consumo di risorse e di acqua, nonché alla crescita delle attività a recupero energetico e della produzione di energia pulita.

Questa nuova consapevolezza porta alla necessità di ripensare ai problemi ambientali, sociali ed economici in ottica sistemica, con un approccio olistico. Una nuova prospettiva di impresa e di economia, quindi, le cui parole d'ordine sono integrazione e multidisciplinarietà. La vera sfida del futuro è quella di guardare alla sostenibilità come un ecosistema che va progettato, pianificato, gestito e controllato nella sua interezza, attraverso la ricerca dell'equilibrio tra tutte le variabili in gioco.

Nell'intersezione tra la dimensione economica e la dimensione sociale della sostenibilità si trova l'etica e la cultura aziendale.

Uno degli obiettivi fondamentali, quindi, indicato a livello internazionale, è aumentare l'eco-efficienza dell'economia globale, il che significa ridurre l'impatto ambientale associato ai processi antropogenici sul nostro pianeta. Nella definizione di eco-efficienza, le imprese sono esplicitamente menzionate come uno degli attori chiave nel perseguimento di una società più sostenibile.

In questo contesto le imprese non possono ignorare le sfide poste dalle questioni ambientali e sociali.

L'innovazione, la automazione, la flessibilità sono strumenti al servizio del raggiungimento non solo del profitto, ma anche e soprattutto delle nuove istanze globali.

I moniti iniziali si sono nel tempo trasformati in precise normative rendendo necessario un processo di riqualificazione di interi comparti aziendali, primo tra tutti, quello della Supply Chain.

Tutte le imprese, dal manufacturing al food retail, dal fashion all'automotive, devono riprogettare l'intera catena di distribuzione in virtù dei tre pilastri della sostenibilità:

- Sostenibilità ambientale – garantire la disponibilità e la qualità delle risorse naturali
- Sostenibilità sociale – garantire qualità della vita, sicurezza e servizi per i cittadini
- Sostenibilità economica – garantire efficienza economica e reddito per le imprese.

Nasce così il Green Supply Chain Management (GSCM): una filosofia globale nata per aiutare le imprese nel miglioramento della loro sostenibilità ambientale.

GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: UNA LOGISTICA PER UN MONDO MIGLIORE

Il Green Supply Chain Management (GSCM) implica il perseguimento dell'eco-efficienza della Supply Chain nella sua interezza, come obiettivo condiviso da tutti gli stakeholder coinvolti. La GSCM contiene temi cruciali quali il Green Purchasing, il Design for Environment (DfE), il Closed-Loop Supply Chain (CLSC), il Life Cycle Assessment (LCA), il Green Manufacturing, il Waste Management, e le 4R (Reuse, Remanufacturing, Refurbishment, e Reverse Logistics) per il recupero dei materiali di scarto dei prodotti giunti a fine vita.



Tali metodologie sono orientate a guidare i decision-maker nella progettazione e nella gestione della supply chain.

In particolare, una delle strategie più diffuse è la Life Cycle Assessment (LCA), che ottimizza il ciclo di vita del prodotto riducendo al minimo l'inquinamento e gli sprechi agendo su tre livelli:

- il prodotto, attraverso la progettazione di manufatti eco-benigni;
- il processo, nell'ottica di riduzione, riutilizzo, riciclaggio e rigenerazione;
- le pratiche, con la misurazione delle prestazioni in ottica di efficienza e sostenibilità.

Al fianco dell'LCA si colloca il Life Cycle Costing (LCC), in grado di definire l'impatto economico dei danni provocati all'ambiente, all'umanità e all'intero ecosistema, e creare modelli matematici multi-obiettivo per la definizione della miglior soluzione. L'integrazione tra il modello LCA e quello LCC nell'analisi delle prestazioni economiche e ambientali delle supply chain, il ricorso a strumenti di ottimizzazione

singolo e multi-obiettivo per la progettazione e la pianificazione di filiere ad anello chiuso, sono tra gli approcci più seguiti in questo ambito. La logistica quindi cambia rotta e da linea retta diventa un cerchio per adeguarsi alle esigenze di un'economia circolare, il cui si considera il bene dell'intera filiera e non più l'interesse del singolo tassello.

UBLIQUE: DECISION INTELLIGENCE FOR A BETTER WORLD

Fare la scelta giusta è la chiave per garantirsi un futuro migliore, sia dal punto di vista economico, sia sul piano della sostenibilità.

Nel settore logistico, gli ambiti su cui agire ed essere determinanti sono moltissimi e possono andare dalla scelta della rotta da seguire per la consegna delle merci, al tipo di packaging utilizzato per l'imballaggio limitando l'utilizzo della plastica, massimizzando lo spazio nei pallet e sviluppando confezioni riutilizzabili.

Con Ublique e i suoi moduli specifici dedicati alla logistica e alla supply chain è possibile realizzare modelli di ottimizzazione multiobiettivo in grado di coniugare efficienza e sostenibilità. Includendo metodologie di Green Supply Chain Management nello strumento di supporto alle decisioni di Spindox è possibile progettare e pianificare una filiera a ciclo chiuso efficiente e sostenibile.

Drinking.

Visita il canale Instagram di Ublique.



Sostenibilità. Arte. Artificial Intelligence. Cultura. Media. Tecnologia. Creatività.

SOSTENIBILITÀ E TRASPORTI

LO SHIFT MODALE E LA DECARBONIZZAZIONE

Sostenibilità e trasporti è un binomio necessario che asseconda sia logiche di business che necessità sociali e ambientali. Le imprese e tutti gli attori coinvolti nella Supply Chain non possono trascurare la continua innovazione tecnologica, l'automazione dei processi, la necessità di flessibilità e di reazione ai cambiamenti improvvisi per il raggiungimento degli obiettivi di business ma al tempo stesso devono necessariamente raccogliere le sfide derivanti da questioni ambientali e sociali primarie.

Nelle precedenti pubblicazioni sul tema della pianificazione dei trasporti abbiamo già affrontato la questione dell'impatto globale della logistica sull'ambiente e l'importanza per i player di mercato di adottare strategie che tengano conto non soltanto delle esigenze di business ma anche e soprattutto del rispetto delle politiche a favore dell'innovazione tecnologica e della sostenibilità ambientale.

Per capire quale sia lo stato dell'arte in Italia sul tema della sostenibilità e dei trasporti possiamo far riferimento ad un recente studio dell'ISPRA, l'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale, che nel mese di aprile 2021 ha presentato i risultati di un'indagine relativa al settore dei trasporti italiano, nella duplice accezione di trasporto passeggeri e trasporto merci.

Dallo studio emerge la conferma di un necessario shift modale dal trasporto su strada a mezzi di trasporto più sostenibili, con ambiziosi obiettivi da raggiungere anche grazie alle politiche previste dal PNRR.

I dati infatti mostrano come nel 2019 il 93% delle emissioni di CO2 in Italia sia dipeso dai trasporti su strada, il 4% dal trasporto tramite navi, il 2% dal trasporto con aerei e l'1% da altre modalità di trasporto.

Il 2030 e il 2050 sono gli orizzonti temporali fissati per raggiungere gli obiettivi legati allo shift modale, nel rispetto del Piano Energia e Clima 2030 e del 2050 Long-Term Strategy, l'impegno dell'UE nei confronti dell'azione globale per il clima nell'ambito dell'accordo di Parigi.



Secondo i dati presentati dall'ISPRA, entro il 2030 l'Italia dovrà rimodulare le emissioni di CO2 secondo quanto segue:

- 90% per il trasporto totale su strada
 - 6% per il trasporto tramite navi
 - 4% per il trasporto aereo
- per poter poi raggiungere i seguenti obiettivi entro il 2050:
- 77% per il trasporto totale su strada
 - 13% per il trasporto tramite navi
 - 10% per il trasporto aereo.

SOSTENIBILITÀ E TRASPORTI SU STRADA: L'IMPATTO DEI CARBURANTI COMBUSTIBILI

Il trasporto su strada è evidentemente ancora il principale fattore di incisione in termini di emissioni, e lo sarà anche per il prossimo futuro.

Assecondando logiche sistemiche, ogni soggetto coinvolto avrà una responsabilità determinante per il raggiungimento degli obiettivi legati alla sostenibilità e ai trasporti.

Dal punto di vista della produzione, infatti, il regolamento europeo 631/2019 impone ai costruttori di auto e furgoni di ridurre la CO2 media delle flotte vendute del 15% entro il 2025 rispetto ai valori dell'obiettivo 2020 per auto e van; del 37,5% entro il 2030 rispetto ai valori dell'obiettivo 2020 per auto, e del 30% per i van.

La situazione non cambia se si fa riferimento ai costruttori di veicoli pesanti. La regolamentazione europea impone infatti di ridurre la CO2 media delle flotte vendute del 15% entro il 2025 rispetto ai valori del 2020 e del 30% entro il 2030 rispetto ai valori del 2020.

Un ulteriore tassello del mosaico dei trasporti sostenibili è vincolato all'adozione di combustibili alternativi che dovranno sostituirsi agli attuali che reggono il settore dei trasporti su strada in Italia. Ma anche su questi combustibili si sono delle criticità.

Sostenibilità e trasporti: lo stato dell'arte in Italia.

Infatti, mentre ad oggi le emissioni dei trasporti su strada dipendono nel 68,7% dei casi dal gasolio, nel 23,8% dalla benzina (entrambe le percentuali includono anche i mezzi ibridi), nel 5,3% dei casi dal gpl e nel 2,4% dal metano, l'obiettivo previsto per il 2050 è di ridistribuire le percentuali prevedendo:

- 62% per i combustibili tradizionali
- 36% per l'elettricità
- 2% per l'idrogeno

LA DECARBONIZZAZIONE DEI TRASPORTI: IPOTESI UTOPISTICA O PREVISIONE CONCRETA?

La decarbonizzazione è un obiettivo che prevede tre strade: l'abbandono delle fonti fossili, un efficientamento dei consumi e il completo approvvigionamento energetico da fonti rinnovabili. Tutti e tre gli step richiedono cambiamenti significativi sia dal punto di vista culturale che tecnologico. Se da un lato infatti è indispensabile intervenire sulla domanda di trasporto (sia di passeggeri che di merci), per migliorare i servizi da un punto di vista quantitativo e qualitativo, dall'altro non si potrà trascurare la componente delle tecnologie applicate, intervenendo sulla motorizzazione dei veicoli e sui combustibili. Per una maggiore sostenibilità ambientale, in relazione alla riduzione della domanda di trasporto passeggeri, si dovrà intervenire per diminuire la mobilità individuale attraverso l'incentivazione del telelavoro o l'aumento di piste ciclopedonali che portino le persone a scegliere di rinunciare all'auto, così come attraverso il potenziamento del trasporto pubblico passeggeri e la promozione dell'intermodalità come soluzione per un lento abbandono del trasporto su gomma privato verso quello pubblico.

Per il trasporto merci un punto di partenza dovrà essere il potenziamento ferroviario, cui necessariamente dovrà seguire una drastica riduzione dei viaggi a carico vuoto nel trasporto merci su strada, fino ad un livello pari al 10% entro il 2050.

Secondo le stime ufficiali, infatti, il 20% degli autocarri e degli autotreni nell'Unione Europea viaggia con carico vuoto; mentre nel contesto italiano il dato sale addirittura al 30%.

L'ottimizzazione dei trasporti, con una più efficiente gestione delle flotte, contribuirà a ridurre il numero di veicoli in circolazione con conseguente calo dei consumi e delle emissioni di CO2 non necessarie.

Dal punto di vista tecnologico, l'elettrificazione dei veicoli sarà sempre più una priorità per il settore dei trasporti sostenibili. Non solo elettricità, ma anche idrogeno. Se infatti per il 2050 l'obiettivo è di elettrificare il 50% dei mezzi di trasporto su strada, l'idrogeno dovrà rappresentare il 20% dei consumi finali del settore, come indicato nelle Linee guida per la Strategia Nazionale per l'Idrogeno.

Per un mondo dei trasporti ad emissioni zero sarà inoltre necessario il ricorso ai biocarburanti avanzati o a carburanti di origine sintetica, soprattutto per i trasporti aerei e navali domestici. Il cambiamento di scenario culturale e tecnologico per il mondo dei trasporti si inquadra in una finestra temporale necessariamente di lungo termine: nel breve e nel medio periodo non sussistono ancora le condizioni economiche favorevoli ad uno switch verso l'elettrificazione completa della batteria per i veicoli pesanti, a causa dei requisiti di potenza e autonomia, oltre che per la necessità di sistemi di ricarica super veloce.

UBLIQUE TRANSPORT PLANNING: LA SOLUZIONE PER LA PIANIFICAZIONE DEI TRASPORTI E L'OTTIMIZZAZIONE DEI PERCORSI

Se il futuro dei trasporti sostenibili richiede soluzioni a medio e lungo termine, Ublique rappresenta il presente per tutti i player del settore che vogliono iniziare a dare il proprio contributo nell'immediato. La soluzione per la piianificazione dei trasporti asseconda le esigenze di qualsiasi realtà, anche le più complesse, grazie all'ottimizzazione matematica e agli Advanced Analytics. Tramite Ublique infatti è possibile organizzare e snellire la gestione delle attività quotidiane di trasporto, senza perdere di vista i kpi significativi. Inoltre è possibile aumentare i livelli di servizio nel rispetto di tutti i vincoli e ottimizzare i trasporti efficientando i risparmi in termini di costi attraverso la riduzione del numero di mezzi e chilometri percorsi, per un primo passo verso la tanto desiderata sostenibilità.

Eating.

Visita il canale Instagram di Ublique.



Sostenibilità. Arte. Artificial Intelligence. Cultura. Media. Tecnologia. Creatività.

IL FUTURO DEL FASHION È VERDE

PER UNA MODA SOSTENIBILE E
RESPONSABILE

Con l'aumento della popolazione mondiale e una sempre maggiore richiesta da parte dei consumatori, è aumentata la pressione sulle risorse naturali del pianeta. L'impatto dell'umanità ha profondamente modificato i processi naturali, dal surriscaldamento globale alla scarsità di risorse, e gli studi sono ormai concordi nel rivolgere a tutti noi il monito di ridurre la nostra impronta entro il 2050.

Persino il modo in cui progettiamo, produciamo, trasportiamo e poi scartiamo i vestiti ha un enorme impatto sociale e ambientale.

Vediamo quindi che i concetti di responsabilità e sostenibilità stanno rapidamente diventando fattori essenziali nelle decisioni aziendali: in questo senso, la gestione della logistica e della supply chain nel settore della moda assume un ruolo centrale nella strategia aziendale.

Si stima che nel prossimo decennio le scelte dei consumatori saranno sempre più influenzate dalla posizione dei brand in tema di sostenibilità.

I nuovi consumatori avranno esigenze completamente nuove e orienteranno la domanda sui marchi che saranno in grado di rinnovarsi, proiettando sulla propria immagine e sui propri prodotti tutto quel ventaglio di valori e credenze, in linea con la nuova sensibilità globale.

Da una parte si assisterà ad una crescita nel consumo di prodotti realizzati con materie prime sostenibili: dai materiali riciclati a quelli a minor impatto di CO2, come il cotone organico al posto del cotone tradizionale. Dall'altra, nasceranno nuovi modelli di business, che oggi si definiscono "circolari", ovvero basati su un ciclo di vita del prodotto, che mira ad uno sfruttamento intensivo dell'oggetto stesso attraverso rivendita, noleggio e, in una certa misura, riparazione e ristrutturazione.

Sono già molti i brand che hanno lanciato intere collezioni basate su un sistema circolare o su materie prime eco-friendly. Rebook ha dato vita alla prima sneaker in plastica riciclata, così come Adidas, che ha venduto oltre 1 milione di scarpe prodotte al 95% con materiali di riuso.



H&M, Zara e Mango hanno attivato politiche di marketing volte a promuovere il riciclo degli abiti, che possono essere portati in negozio, dove verranno lavorati e riutilizzati per dar loro una nuova vita.

Senza dubbio le aziende hanno la possibilità ed il dovere etico di contribuire a modelli di consumo più sostenibili. Basti pensare a queste ed altre iniziative di riuso, riciclo e noleggio messe in atto da sempre più brand a livello globale.

In quest'ottica, si assiste ad un nuovo trend che abbraccia lo stile stesso che i principali brand del fashion propongono oggi alla propria platea di acquirenti: lo stile vintage ed un design "senza tempo" sono il nuovo approccio nel guardare all'abbigliamento.

Ma la principale responsabilità delle aziende di moda è ovviamente quella di modificare le proprie pratiche e

strategie di produzione, distribuzione e marketing verso una maggiore sostenibilità interna.

Per aumentare le prestazioni e incoraggiare modelli di produzione e consumo più sostenibili, ci si affida principalmente alla tecnologia. Grazie all'intelligenza artificiale e al machine learning, ad esempio, i Brand più virtuosi riusciranno a ridurre le eccedenze di magazzino, rendendo più snello e flessibile il processo di acquisto per il cliente, favorendo la personalizzazione del prodotto e dell'esperienza d'acquisto.

Magazzini ottimizzati permettono di migliorare la produttività degli operatori, minimizzare i trasporti necessari e pianificare al meglio la produzione, riducendo il rischio di stoccaggio e dei costi di inventario.

La gestione della logistica e della supply chain nel settore della moda assume un ruolo centrale nella strategia aziendale.

La flessibilità della supply chain permetterà un risparmio nei passaggi della filiera, rendendola efficiente e controllabile sotto il profilo degli standard qualitativi. Poter tracciare ed ottimizzare i processi in ogni step garantirà, da un lato, una riduzione nell'impatto ambientale e sociale, e dall'altro, un risparmio nei costi di produzione.

Una buona previsione della domanda, unita ad una gestione ottimizzata del magazzino e dei trasporti, sarà la chiave per la creazione di un ecosistema del tutto innovativo e che garantirà efficienza e valore per il cliente.

L'adozione di un buon sistema di analisi dei dati, basato su metriche intelligenti e automatizzate, dimostrerà quanto la sostenibilità non sia solo un concetto rivolto ai nuovi Hyppie, ma sia uno dei fattori che impattano di più in termini economici sui risultati delle aziende di oggi.

Più le aziende accoglieranno questo principio nelle proprie strategie, più creeranno circoli virtuosi di valore che si estenderanno su processi, clienti ed investitori, orientando anche il destino della nostra Terra.

IL FUTURO È ADESSO.

Non solo nel mercato del fashion, ma anche nel manufacturing ed in altri settori, le aziende fanno già largo uso di algoritmi ed intelligenza artificiale per sostenere e ottimizzare le proprie strategie di business, diventando giorno dopo giorno più efficienti e sostenibili.

Grazie a Ublique ed i suoi moduli dedicati all'ottimizzazione del magazzino, dei trasporti e alla previsione della domanda, il futuro è già qui.

Garantendo efficienza e ottimizzazione, Ublique aiuta le aziende ad accrescere gli standard qualitativi, ridurre gli sprechi e migliorare l'impatto ambientale e sociale dei processi.

Smoking.

Visita il canale Instagram di Ublique.



Sostenibilità. Arte. Artificial Intelligence. Cultura. Media. Tecnologia. Creatività.

È L'ORA DEL VINTAGE

RISPARMIARE E AIUTARE IL PIANETA CON
UN CLIC, RIMANENDO ALLA MODA

Il vintage spopola nel mondo della moda e il pianeta ringrazia. Il consumo di vestiti usati non solo è più economico e originale dello shopping tradizionale, ma anche più ecosostenibile. Spariscono i fattori di produzione e smaltimento, fortemente impattanti sull'ambiente.

Ublique ama il fashion, ma ha a cuore la questione ambientale. Non c'è contraddizione. Anzi: Ublique vuol dire ottimizzazione, e ottimizzare significa consumare meno, riducendo l'impatto dei processi industriali sul pianeta. Sappiamo che si tratta di un tema centrale, nel comparto della moda.

Non a caso ce ne occupiamo spesso. La decision intelligence può supportare nuove strategie per la gestione del cambiamento nel comparto fashion, in particolare grazie all'impiego di più accurate tecniche predittive. Tanto più nel contesto dell'attuale scenario post-pandemico.

Un contributo alla riduzione dell'impatto ambientale del settore dell'abbigliamento potrebbe venire da una nuova tendenza: la passione per l'usato vintage. Grazie alle iniziative che si sono sviluppate negli ultimi mesi il mercato dell'usato online ha avuto una crescita del 69% tra il 2019 e il 2021.

Depop, Vinted, Vestiaire Collective, sono solo alcuni esempi di come il mondo vintage stia spopolando e di come i consumatori ne usufruiscano in misura crescente sia per liberarsi dei vestiti che non utilizzano più sia per acquistarne di nuovi, creando una cultura della circolarità. A beneficiare maggiormente di questa tendenza sono le start up, che per prime hanno avuto la capacità di analizzare correttamente il target e il mercato del mondo vintage.

VINTAGE È MEGLIO?

I vantaggi sono innumerevoli: l'impatto ambientale viene drasticamente ridotto, grazie al minore utilizzo di materiali inquinanti, così come il ricorso allo sfruttamento di lavoratori sottopagati.



Ritorna in auge, nella mente degli acquirenti, il concetto che vigeva anni fa: un abbigliamento fatto per durare nel tempo e che fosse quindi di qualità tale da essere utilizzabile numerose volte senza logorarsi.

Ma nasce anche il piacere della ricerca e della conquista, la soddisfazione di accaparrarsi il pezzo migliore, più originale o economico e di creare uno stile più creativo e personale. Allo stesso tempo si sviluppa il concetto di moda circolare che permette di liberarsi di quei vestiti che giacevano da anni inutilizzati nell'armadio e che ora riacquistano un valore per qualcun altro.

Per aiutare il pianeta basta un clic o un tap. Le app e i siti sono intuitivi e facili da usare per tutti consentendo un veloce scambio di abiti in giro per il mondo senza il rischio di sovrapproduzione e di conseguente smaltimento nocivo.

Già prima del Covid si manifestava un certo interesse per il vintage e per i negozi rental-only. Famoso, per esempio, il caso di NY Vintage, una boutique aperta a Manhattan nel 2002, diventata meta di celebrità come Beyoncé, Rihanna, Lady Gaga, Madonna, Scarlett Johansson, Kate Upton, Vanessa Hudgens e Charlize Theron.

ONLINE FASHION RENTAL: UN MONDO DI STARTUP

Questa tendenza si sta sempre più radicando nella mentalità degli acquirenti tanto che stanno nascendo magazine specializzati nel vintage. È il caso di Display Copy che tratta solo di questo tema e veste le sue modelle con vestiti second hand mostrando la potenzialità e lo stile del vintage.

Un ulteriore fenomeno che vale la pena evidenziare è quello dei vestiti in affitto, o fashion renting, che consente allo stesso modo del vintage di non acquistare un vestito solo per un'occasione lasciandolo poi inutilizzato, ma di evitare gli sprechi "prendendolo in prestito" per qualche giorno. Siti specializzati in questo tipo di servizio sono Drexcode e Dressyoucan. Avevamo cominciato a parlarne due anni fa sul blog di Spindox, con un post sul fashion sharing.

Una lista aggiornata delle startup che operano nel comparto dell'online fashion rental è disponibile sul sito di Tracxn. Uno dei casi di maggiore successo è quello di Rent the Runway, fondata nel 2009, che oggi ha un valore stimato di 800 milioni di dollari.

**Ublique
vuol dire
ottimizzazione.
Ottimizzare
significa
consumare
meno.**

Per noi di Ublique è di particolare interesse constatare che il successo di Rent the Runway è strettamente legato alla qualità e all'efficienza dei suoi processi logistici. Ovviamente ci sono anche le storie di insuccesso. Per esempio, lo scorso anno ha chiuso i battenti Armarium, startup di New York fondata nel 2016.

SVANTAGGI DEL VINTAGE

Tuttavia, nonostante gli enormi vantaggi che porta al pianeta, questo approccio mette in crisi l'occupazione nell'intera filiera tessile. Per questo motivo l'eco-designer non si pone più unicamente l'obiettivo di ottenere prodotti vendibili, che dopo l'uso si trasformeranno in rifiuti o capi per il mercato dell'usato, ma penserà da subito anche al prodotto nella sua fase post-vendita, prevedendone nuovi destini od utilizzi. La logica, insomma, è quella di un sistema "cradle to cradle" (dalla culla alla culla), che si contrappone al modello di economia lineare "cradle to grave" (dalla culla alla tomba).

LO SVILUPPO DI UNA NUOVA ECONOMIA CIRCOLARE

Interessanti iniziative in una logica di economia circolare, che già prevede una fase post-vendita, stanno sorgendo in tutti i settori. Significativo, per esempio, il recente progetto del gruppo Prenatal, marchio di proprietà dell'azienda italiana Artsana Group, con il suo programma "Forever young", che prevede già al momento dell'acquisto di sistemi modulari (trio composto da carrozzina-seggolino auto-passeggino), studiati per durare nel tempo ma spesso utilizzati per brevi periodi, il loro ritiro, dal 12esimo al 18esimo mese di utilizzo, in cambio di una gift card corrispondente a un valore tra il 50% e il 30% del bene restituito (a seconda del brand e delle condizioni), oppure il riciclo delle singole parti per la rinascita in forma diversa di nuovi prodotti.

Un'altra interessante iniziativa è quella di Cecilia Cottafani che con il suo progetto Maert.ens, ha raggruppato tutti i negozi vintage e di seconda mano presenti sul territorio milanese visitati e recensiti di persona. L'obiettivo di questo progetto è offrire all'utente una vasta scelta di negozi che restituiscono vita a beni belli, di qualità e in buono stato, uscendo dai meccanismi compulsivi della grande distribuzione. Uno dei valori aggiunti del vintage, oltre a buona qualità e bassi prezzi, è la possibilità di trovare capi che soddisfino i propri desideri, risaltando il gusto personale e le peculiarità degli individui i quali, a furia di abbigliarsi con capi non sostenibili della grande produzione, sembrano fatti con lo stampino.

FINE DEL FAST FASHION? NON PROPRIO

Queste nuove tendenze - vintage, renting fashion - possono essere viste come una minaccia mortale al modello del fast fashion. Eppure c'è anche un'altra chiave di lettura. Perché è lo stesso modello del fast fashion ad adattarsi al nuovo scenario post-covid. Uno scenario che esige non solo un controllo perfetto della filiera logistica e l'ottimizzazione di tutti i processi, ma anche uno stile più sobrio e responsabile. Ecco dunque che importanti brand come H&M e Zara sono impegnati a integrare nel proprio business una visione più attenta nei confronti dell'ambiente. Sembra essere l'ora di un nuovo paradigma, sintetizzabile nella formula "less is more". In pratica si tratta di ridurre la complessità dell'assortimento, cercando un perfetto allineamento fra i prodotti selezionati e le aspettative dei consumatori. Questo significa anche riorientare la strategia di assortimento, focalizzandola sulla domanda e riducendone i livelli. Senza contare che anche i big del fast fashion potrebbero entrare nel mercato dell'usato. Un primo tentativo è stato fatto proprio da H&M nel 2019. Insomma è lecito domandarsi se il fast fashion non sia destinato a cambiare pelle e a diventare smart fashion.

THINK ORANGE ACT GREEN

SPINDOX PRESENTA IL SUO PRIMO BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE

L'impegno per l'ambiente di Spindox si concretizza con la pubblicazione del suo primo Bilancio di sostenibilità, che rendiconta le performance ambientali e sociali dell'azienda relative all'anno 2020.

Sostenibilità è una delle parole del momento, in ambito aziendale come nel mercato in generale. Nel corso degli ultimi decenni, nuove consapevolezza in materia ambientale e sociale hanno portato a certe aspettative, nei confronti delle aziende. Il rispetto dell'ambiente, del benessere dei dipendenti e delle comunità locali sono solo alcuni dei nuovi temi sensibili, sulla base dei quali la reputazione e la qualità di un'azienda viene continuamente valutata. Non si può più esistere nel "vuoto pneumatico". O meglio: per il consumatore o l'investitore di oggi non conta solo ciò che viene offerto e a che prezzo, ma come l'azienda si comporta e sviluppa la propria esistenza nel rispetto degli ambiti più diversi.

Ciò che eleva e distingue le buone aziende di oggi è quanto esse si preoccupino dell'impatto che le loro attività generano nella società, nell'ambiente e nel mercato in cui operano, cercando di ridurlo o renderlo il più positivo possibile.

PERCHÉ ABBIAMO SCELTO DI INTRAPRENDERE QUESTO PERCORSO

Tutto questo lo abbiamo capito bene in Spindox. Già da tempo infatti la sostenibilità è parte integrante della nostra cultura aziendale. L'uscita del nostro primo Bilancio di sostenibilità è per noi la naturale prosecuzione di un percorso iniziato anni fa, ispirato dal desiderio di operare nella maniera più rispettosa possibile.

Per questo motivo abbiamo sentito il bisogno di guardarci all'interno, per capire che tipo di azienda siamo e come possiamo prenderci cura dei nostri dipendenti, della società e dell'ambiente in cui operiamo.



think orange,
act green.

Abbiamo ritenuto fondamentale raccogliere e raccontare le nostre buone pratiche, monitorare e rendicontare i nostri impatti, i progressi e i primi risultati tangibili.

Ma facciamo un passo indietro.

Già dal 2012 ci siamo dotati di un Codice Etico, che regola e guida le attività aziendali nel rispetto dei dipendenti, come dei fornitori, clienti e stakeholder in generale.

Il Codice Etico è solo una delle tante iniziative di Spindox in ambito di responsabilità sociale. Per noi è fondamentale agire nel massimo rispetto di tutti gli individui, garantendo parità di trattamento e rispetto dei diritti umani. Tra le altre cose, siamo attivamente impegnati nella formazione dei nostri dipendenti e nella promozione di un ambiente di lavoro sicuro, incoraggiante e meritocratico, in grado di offrire un'esperienza professionale elevata.

Siamo fermamente convinti che il benessere dei nostri dipendenti sia una componente fondamentale per la creazione di prodotti e servizi di qualità.

Un altro fronte sul quale siamo attivi è quello del bias di genere che da sempre affligge il settore dell'ICT.

Purtroppo nel 2020 la quota di dipendenti donne nella nostra azienda era ancora troppo bassa. La sfida è quella di aumentare il tasso di occupazione femminile nei prossimi anni: essere sostenibili, infatti, non vuol dire essere in regola con le aspettative o con le performance comuni, ma capire cosa non va nella nostra società e cultura aziendale, per poi cambiarlo.

Anche quando si riflette sul tema della sostenibilità nella maniera più stereotipica, quella ambientale, a Spindox piace superare le aspettative. Ad esempio, ci siamo impegnati nel calcolo della nostra **Carbon Footprint**, che verrà continuamente aggiornata e ottimizzata nel corso del tempo. In quanto azienda di dimensioni relativamente ridotte, questo calcolo non è nato da un'esigenza di mercato, ma da un semplice desiderio: capire al meglio il costo della nostra esistenza in termini ambientali e gettare le basi per un comportamento energetico più consapevole.

Il calcolo della Carbon Footprint si va a inserire all'interno della **campagna GO!GREEN**, lanciata già nel 2019.

**Essere
sostenibili
vuol dire
capire cosa
non va nella
nostra società
e cultura
aziendale, per
poi cambiarlo.**

Questa iniziativa è dedicata alla promozione di comportamenti sostenibili nella vita aziendale e include anche una collaborazione con **Treedom**, grazie alla quale **Spindox sta creando una foresta (per compensare parte delle emissioni di CO2 prodotte dalle proprie attività) che arriverà a contare 500 alberi nel 2023.**

Il Bilancio di sostenibilità Spindox, redatto sulla base degli standard internazionali GRI (Global Reporting Initiative) racchiude tutto questo: in questo documento vengono presentate le linee guida della strategia di Spindox, le politiche di gestione e le nostre performance in ciascuna delle tre dimensioni della sostenibilità: economica, ambientale e sociale.

Se avete voglia di scoprire di più sulla nostra storia e sulle nostre attività, leggete il documento integrale del Bilancio di sostenibilità sociale e ambientale 2020:

https://static-qlt.spindox.it/wp-content/uploads/2021/06/15062021_Bilancio-di-Sostenibilita%CC%80-Sociale-e-Ambientale.pdf

In alternativa qui troverete la sintesi:

https://static.spindox.it/wp-content/uploads/2021/06/31052021_Bilancio-di-Sostenibilita%CC%80_short_version.pdf

Anno dopo anno, pubblicheremo nuove versioni del bilancio per aggiornare i nostri dati e raccontare i nuovi traguardi raggiunti. Come azienda del terzo millennio, non smetteremo mai di fare del nostro meglio per operare nel rispetto e a vantaggio dell'ambiente e degli attori che ci circondano, con un occhio di riguardo per le generazioni future.

Perché alla fine, per noi, essere sostenibili significa solo essere.

IL MONDO DEI TRASPORTI TRA AI E ULTIMO METRO

DECISION INTELLIGENCE, OTTIMIZZAZIONE E
SOSTENIBILITÀ

I cambiamenti nel settore dei trasporti sono cominciati prima dell'avvento della pandemia, che si è limitata ad accelerare il processo. L'intelligenza artificiale e la tecnologia sono fondamentali in questa industry, sia per raggiungere il cliente "all'ultimo metro", sia nella speranza di ottenere trasporti sostenibili.

All'interno del ciclo di appuntamenti dedicati al mondo della logistica e della decision making nell'ambito della supply chain, Ublique ha offerto il webinar "Trasporti: nuovi paradigmi. Decision intelligence, ottimizzazione e sostenibilità".

Raffaele Bonmezzadri, caporedattore di Tuttotrasporti, è stato ospite dell'evento moderato da Paolo Costa, Co-founder, Chief Marketing & Communication Officer di Spindox, Raffaele Maccioni, founder di ACT Operations Research e Paolo Marone, Country Manager di Spindox Spagna.

I PRINCIPALI CAMBIAMENTI NEL MONDO DEI TRASPORTI

"Per la prima volta nella storia del trasporto e della logistica in Italia, la rilevanza di questo sistema e delle persone che ci lavorano è apparso evidente anche a chi non ha contatti con questo settore. Basti pensare allo sforzo epico di approvvigionamento dei generi di prima necessità durante l'emergenza. Oltre alla risposta tempestiva data dalla logistica urbana nell'esplosione delle vendite online" racconta Raffaele Mezzadri.

I trasporti e la logistica sono da sempre un barometro della condizione di un Paese. E questo vale anche per l'Italia. Negli ultimi anni il legame stretto che esisteva tra l'andamento del sistema logistico e PIL è andato perso. Il settore dei trasporti ora vive di vita propria, con una crescita maggiore rispetto al PIL.



Paragonando la realtà attuale con quella di due anni fa, emerge come ci siano stati altri aspetti, oltre al Covid-19, che hanno avviato la trasformazione del sistema di trasporti italiani.

“Due anni fa si cominciava ad assistere ad un interesse da parte dei giganti dell'e-commerce e della navigazione verso il trasporto terrestre e più in generale verso altri sistemi di trasporto. I giganti dei servizi digitali e le compagnie marittime hanno cercato di avere sempre di più il controllo di ogni passaggio della logistica. Per questo motivo da parte di entrambi gli attori sono state fatte molte acquisizioni, diventando loro stessi responsabili del trasporto stradale, ferroviario, aereo se non lo erano già, facendo partnership con i vettori terrestri. Sono presenze molto ingombranti che fanno risaltare ancora di più le particolarità del panorama italiano dei trasporti con le sue flessibilità, ma anche le sue debolezze, le sue aziende grandi ma mai abbastanza” spiega Raffaele Bonmazzadri.

In questo settore i grandi gruppi mondiali prendono le decisioni mentre l'aspetto operativo viene delegato agli attori tradizionali della scena italiana, cioè ad aziende di medie dimensioni gestite da un padrone, con spedizioniere e altri impiegati.

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE ED I TRASPORTI

“I temi dell'operation research, ovvero quelli che includono l'ossatura dell'ottimizzazione matematica, a cui si aggiungono le tecniche di machine learning, sono tutte tecniche che, dal punto di vista del business, hanno un obiettivo: quello di aiutare a prendere decisioni. Il mondo dei trasporti ha una peculiarità rispetto ai propri processi, sia quando parla di decisioni strategiche, sia quando parla di decisioni operative. All'interno del mondo dei trasporti è differente se parlo di intermodalità o parlo di distribuzione urbana. Sono quindi molte le operazioni su cui un manager deve prendere delle decisioni” racconta Raffaele Maccioni.

I trasporti e la logistica sono da sempre un barometro della condizione di un Paese.

Gli operatori del trasporto sono abituati a fare dei budget, che non è previsione ma è comunque un modo per impostare il futuro. La previsione basata su tecniche analitiche è sicuramente un elemento fondamentale. Ed è tanto fondamentale quando è ancora alto lo spazio che può acquisire nel supporto alle decisioni. La previsione aiuta a prendere velocemente decisioni difficili in processi complicati, oltre ad avere un'influenza positiva sui numeri di bilancio. Ed è per questo che in questo settore risulta molto utile.

L'ITALIA, LA SPAGNA E L'ULTIMO METRO

“Se paragoniamo Italia e Spagna dal punto di vista della pubblica amministrazione, la penisola iberica è leggermente in vantaggio. Non mancano tuttavia gli ostacoli. Per quanto riguarda appetibilità delle imprese, recentemente in Spagna i grandi gruppi hanno manifestato un notevole interesse per le aziende che operano nel settore logistico e dei trasporti” spiega Paolo Marone.

La tecnologia è un'opportunità per le aziende che operano nel settore della logistica. Sono infatti aziende che hanno un patrimonio di conoscenze che devono mettere a frutto. La tecnologia ha senso nella misura in cui viene messa al servizio della conoscenza funzionale. Il successo arriva quando c'è la comprensione dell'attività e la tecnologia al servizio dell'attività. Alla tecnologia va affiancato un rinnovamento in termini di culturali e strategico. In Italia come in molti altri paesi, l'ultimo miglio, o come è stato definito nel webinar, l'ultimo metro, è ancora in fase sperimentale. Tutti sanno portare degli oggetti da un deposito ad un cliente, ma l'attenzione va sul come. Di solito si fa ricorso a furgoni e relativi conducenti, efficienti a loro modo. Queste moltitudini di furgoni non sono però apprezzati. Esistono soluzioni più efficienti che alle persone però piacciono ancora meno: si può sostituire una dozzina di furgoni con un camion più grande.

Potrebbe sembrare più inquinante ma dal punto di vista dell'efficienza energetica è meglio. Il problema è che il camion non fa l'ultimo metro.

Esistono anche soluzioni ibride: tra queste i furgoni che depositano i pacchi nelle cassette di sicurezza, non raggiungendo così l'ultimo metro. Un altro esempio è la combinazione di furgone e cargo bike, anche se presenta ancora qualche limite. Durante l'evento si è parlato anche del Quick commerce che pian piano sta sostituendo l'e-commerce. Si basa su un'integrazione del trasporto e dell'approvvigionamento perché richiede una preventiva ubicazione dei prodotti che possono essere consegnati in modalità Q commerce in questi negozi di prossimità dedicati alla consegna online.

UN TRASPORTO SOSTENIBILE ESISTE?

“È importante raggiungere sia la sostenibilità sociale che quella ambientale anche se entrambe sembrano essere ancora lontane. Infatti la forte concorrenza internazionale ha obbligato le aziende a ridurre i costi sostenuti, generando un impatto negativo sulle condizioni di lavoro dei dipendenti. Dall'altro lato “il pacchetto mobilità, introdotto dall'UE, è un provvedimento che prevede il ritorno in sede da parte dei conducenti dopo un certo numero di settimane. A prescindere da come questa norma venga applicata, ci sono dei paesi che hanno già fatto ricorso, sostenendo che il traffico dei camion di ritorno aumenterà le emissioni inquinanti. Nasce così il dilemma tra benessere delle persone che lavorano e benessere ambientale” racconta Raffaele Bonmezzadri. Da qui al 2040 la maggioranza dei veicoli utilizzati avrà motori termici, anche se saranno sempre più rispettosi dell'ambiente. Verranno prodotte vetture a zero emissioni, ma i clienti saranno pochi e principalmente pool di autotrasportatori. In Italia saranno principalmente le grandi catene di distribuzione ad essere interessate, in modo tale da poter mostrare di aver adottato una strategia green. Ma si parla ancora early adopter.



VOCI DAL MANAGEMENT



Cosa passa per la testa di chi ha il compito di guidare e ispirare le persone? Cosa immaginano? Quali sfide si pongono e come le affrontano?

Voci dal management è il podcast nel quale i manager di Spindox ci raccontano i segreti della trasformazione del brand e la strategia che adottano per condurre i propri team verso il raggiungimento gli obiettivi.



Su Spreaker, Spotify e tutte le principali piattaforme d'ascolto.

A QUALCUNO PIACE AGILE: TIPS & TOPICS

A cura di
Danilo del Fio

Nei precedenti numeri di Ublique Magazine abbiamo parlato del primo dei quattro **valori dell'Agile** e dei primi 3 principi della lista di 12 espressi nel Manifesto che costituiscono un insieme di buone pratiche per comprendere e condividere il pensiero agile.

FOCUS

Working Software

Il **secondo valore** rappresenta un vero punto di rottura rispetto ai processi che richiedevano dettagliati deliverable di tipo documentale che dovevano fornire tutte le informazioni su ciò che andava fatto nel progetto, ma che, la maggior parte delle volte, non corrispondevano affatto con quello che veniva consegnato.

“Software funzionante su documentazione completa”

L'approccio tradizionale dello sviluppo del software è quello di raccogliere tutte le esigenze del cliente (gathering) all'inizio del progetto e pianificare altre fasi di sviluppo senza coinvolgerlo.





Poi, in genere, il team impiega molto tempo (addirittura mesi) a scrivere requisiti, progettare, fare analisi e scrivere casi di test.

A questo punto viene da sé che il concetto che sta alla base di tutto il movimento agile, ovvero “portare valore”, viene meno, causando perdite di tempo, sforzi inutili e, non meno importante, perdita di denaro.

Questo non significa che non si debba scrivere documentazione, ma solo che il documento che si crea deve portare valore al team e, soprattutto, non deve fermare il progresso verso lo sviluppo della soluzione.

Secondo il Manifesto Agile, quindi, sarebbe opportuno creare soltanto due tipologie di documenti:

- un documento architetturale, che aiuterà ogni membro del team a capire come si intende procedere nello sviluppo del sistema.
- casi di test.

Automatizzare i casi di test, migliora la qualità del software che, in genere, si traduce in un numero minore di bug.

Quindi, riassumendo, i documenti necessari per i nostri software, dovrebbero essere:

1. Specifiche tecniche della soluzione: tramite la documentazione delle specifiche tecniche sarà più facile per tutti capire l'architettura del sistema. Inoltre sarà più semplice aggiungere nuove funzionalità al software, se necessario.

2. Casi di test dell'applicazione: i vari casi di test sono molto utili nell'implementazione di una soluzione software, soprattutto approcciando attraverso un processo di sviluppo chiamato TDD (Test Driven Development).

In questo processo ci si basa sulla conversione dei requisiti software in casi di test prima che il software sia completamente sviluppato. Inoltre il TDD tiene traccia di tutto lo sviluppo del software testando ripetutamente il software rispetto a tutti i casi di test. Quindi, sarebbe buona norma documentare alcuni tipi di casi di test, per esempio:

**La
comunicazione
è una
componente
fondamentale
del successo di
qualsiasi
progetto.**

·**Test unitari:** questi test convalidano il comportamento dei singoli componenti all'interno del sistema. Ogni sviluppatore, in base al requisito che deve sviluppare, dovrà scrivere questo test case.

·**Test funzionali:** questi test convalidano il modo in cui i diversi componenti del sistema interagiranno tra loro.

·**Test di integrazione:** questi test controlleranno ogni componente del sistema combinato insieme e si assicureranno che funzioni correttamente come gruppo. Lo scopo principale di questo test è scoprire se ci sono errori di integrazione.

·**Test di automazione:** questi sono i test automatizzati che vengono eseguiti una volta che il sistema è pronto per il test rispetto al nuovo requisito.

Sarà, quindi, fondamentale per la nostra soluzione, prevedere un numero limitato, ma che porti valore, di documenti. Solo in questo modo saremo sicuri di non mancare l'opportunità di fornire agli stakeholder qualcosa che useranno e che gli sarà veramente utile.

LO SCORSO NUMERO ABBIAMO PARLATO DEI PRIMI TRE PRINCIPI DELL'AGILE. OGGI NE ANALizzerEMO ALTRI TRE.

Il quarto principio afferma:

"Il business e gli sviluppatori devono lavorare insieme quotidianamente durante tutto il progetto."

La comunicazione è una componente fondamentale del successo di qualsiasi progetto e per i team. Per questo motivo i principi agili ci impongono che sia un evento quotidiano.

Un progetto di successo richiede la conoscenza degli aspetti tecnici e commerciali di un'organizzazione, cosa che può accadere solo se questi due team lavorano insieme in modo coerente. La comunicazione regolare tra business e sviluppatori aiuta a migliorare l'allineamento all'interno dell'organizzazione creando fiducia e trasparenza.

Nella pratica:

- I team dovranno essere inter-funzionali, ovvero, oltre agli sviluppatori, avranno bisogno di persone di business. In questo modo si riesce a colmare il divario tra gli aspetti tecnici e quelli commerciali (l'assunto è che non ha senso creare qualcosa che nessuno comprenderà o userà).
- Per mantenere un allineamento costante è consuetudine fare delle riunioni brevi giornaliere (daily), in modo da fornire dei feedback sull'avanzamento delle attività.

Il quinto principio afferma che:

"Costruisci progetti attorno a persone motivate. Offri loro l'ambiente e il supporto di cui hanno bisogno e fidati di loro per portare a termine il lavoro".

Una parte fondamentale della filosofia agile è dare potere a individui e team attraverso la fiducia e l'autonomia. Il team agile deve essere costruito con cura per includere le persone e le competenze giuste per portare a termine il lavoro e le responsabilità devono essere chiaramente definite prima dell'inizio di un progetto.

Nessuna micro-gestione, quindi, che spesso rappresenta un limite alla fiducia e all'autonomia dei membri del team e di conseguenza, costituisce uno dei punti fondamentali per la perdita di interesse e di produttività.

Nella pratica:

- Gli ingegneri del software dovranno comprendere, quindi, la strategia e i requisiti prima dell'inizio dello sviluppo. Ciò significa condividere le "user story" con il team e la roadmap della soluzione che ci aiuterà a capire meglio il quadro generale.
- Il business ed il team di sviluppo dovranno condividere cosa implementare e perché, ma è compito degli sviluppatori determinare il come. Sarà importante che il business si renda disponibile per rispondere alle domande e fornire supporto secondo necessità, piuttosto che micro-gestire il risultato.



Il sesto principio ci dice che:

"Il metodo più efficiente ed efficace per trasmettere informazioni a e all'interno di un team di sviluppo è la conversazione faccia a faccia".

Questo principio, soprattutto in questi tempi, è molto controverso, perché ci si è trovati improvvisamente a lavorare e collaborare da remoto che, per definizione, non permette le interazioni faccia a faccia. Cercare, quindi, di evitare l'utilizzo di tool di messaggistica come Slack o Teams e delle email e favorire interazioni attraverso video-call o strumenti in grado di abilitare interazioni "più umane".

L'obiettivo generale alla base di questo principio è incoraggiare le persone e gli sviluppatori del prodotto a comunicare in tempo reale sul prodotto, sui requisiti e sulla strategia di alto livello necessarie per lo sviluppo della soluzione.

Nella pratica:

- Interagire tramite riunioni quotidiane, preferibilmente in piedi, per farle durare meno.
- Mostrare frequentemente lo stato di avanzamento tramite demo.
- Sessioni collaborative per raffinare i requisiti e semplificarli per poterli identificare ed implementare al meglio.
- Fare riunioni per pianificare gli incrementi alla soluzione in un determinato periodo di tempo (in Scrum, vengono chiamati Sprint).

Se possibile, implementare il software in pair programming, ovvero la tecnica di sviluppo del software che prevede un "driver" che scrive il software ed il "navigatore" o "osservatore" che farà la review di ogni riga di codice scritta. I due programmatori saranno poi chiamati a scambiarsi il ruolo di frequente. Da notare, che per sostituire il pair programming mentre si lavora da remoto, esistono tool e plugin che permettono di sviluppare sullo stesso codice anche a distanza.

aHead of time

**aHead è la nuova Business Unit di Spindox,
nata dall'esperienza di ACT Operations Research,**

aHead Research è basata su tre pillar tecnologici:

- la ricerca operativa,
- la simulazione stocastica
- la data intelligence.

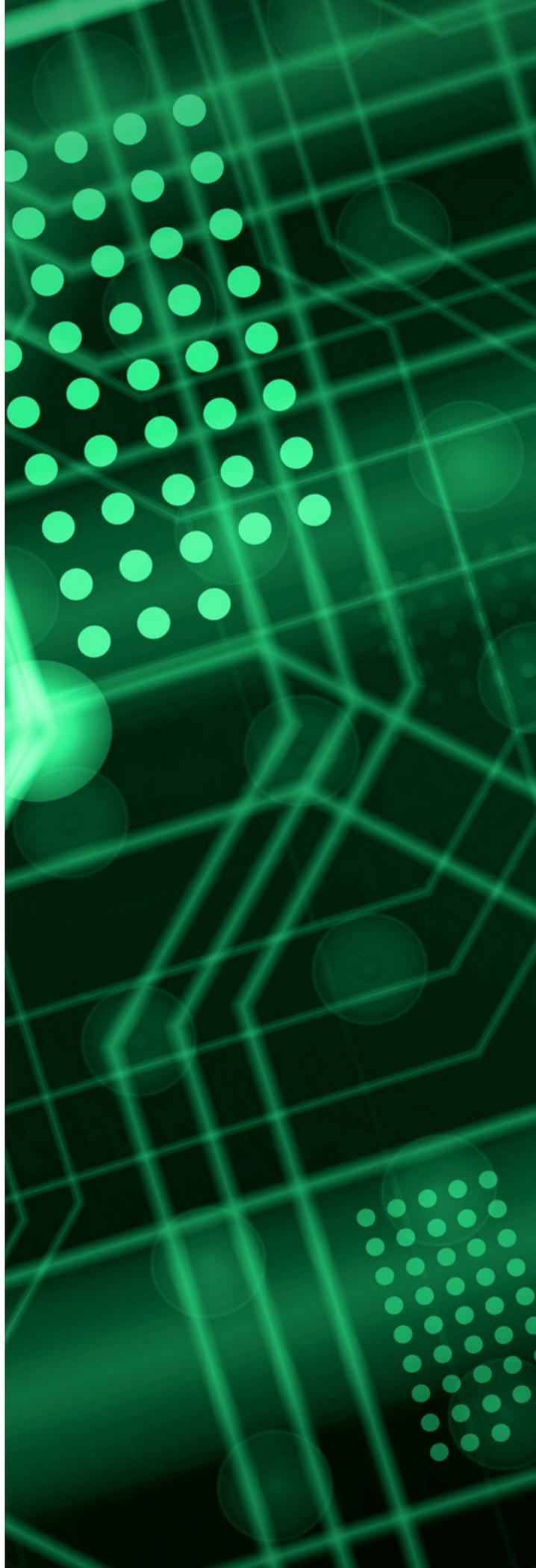
La ricerca operativa, o ottimizzazione matematica, consiste nel modellare un problema con variabili, vincoli e funzione obiettivo matematici, per poi risolvere il problema all'ottimo.

Un esempio è la pianificazione della produzione nel breve/medio/lungo periodo, con l'obiettivo di minimizzare i tempi e/o i costi di produzione (caso reale in ambito manufacturing: costi ricorrenti tagliati dell'8-10%).

La simulazione permette di modellare un processo (fisico o teorico) nei minimi dettagli, al fine di avere un "digital twin" che supporti analisi di scenari what-if, con l'obiettivo di quantificare il valore/ costo di diverse scelte nella definizione di parametri/ design del processo in esame.

Un esempio è la simulazione di un processo produttivo o un magazzino, per capire dove siano eventuali colli di bottiglia o per disegnarne la configurazione ex-novo.

La data intelligence ha come obiettivo l'estrazione di intelligenza dai dati (spesso non strutturati). Nella data intelligence ricadono i modelli di machine learning, la previsione di serie storiche e la statistica induttiva. Tra gli esempi di utilizzo, la previsione della domanda e la manutenzione predittiva di macchinari/ processi industriali sono tra i più importanti.





Cosa vuol dire essere ahead of time?

aHead Research fa ricerca finanziata nell'ambito di programmi nazionali ed europei, sviluppando i suoi progetti in partnership con università e imprese innovative (start-up e spin-off universitari) Si occupa di ricerca applicata ai processi industriali, con focus sui modelli matematici e l'intelligenza artificiale per la decision intelligence e gli advanced analytics, la discovery di nuovi prodotti e l'innovazione estrema.

Uno dei progetti ereditati dall'esperienza di ACT Operation Research è E2COMATION sui temi della sostenibilità e della logistica.

aHead of time



Life-cycle optimization of industrial energy efficiency by a distributed control and decision-making automation platform

Sintesi obiettivo progetto

Il progetto ha come obiettivo l'ottimizzazione dell'utilizzo dell'energia a più livelli gerarchici di un processo di produzione tenendo in considerazione l'intera prospettiva del ciclo di vita del prodotto lungo una supply chain. A tal fine, il progetto si propone di fornire un quadro metodologico intersettoriale e una piattaforma tecnologica modulare per monitorare, prevedere, valutare l'impatto del comportamento di una fabbrica attraverso le dimensioni dell'energia e della valutazione del ciclo di vita, al fine di adattarsi e ottimizzare dinamicamente non solo il suo comportamento in tempo reale su diverse scale temporali, ma anche il suo posizionamento strategico e sostenibile rispetto al filiera complessa e del valore a cui appartiene.

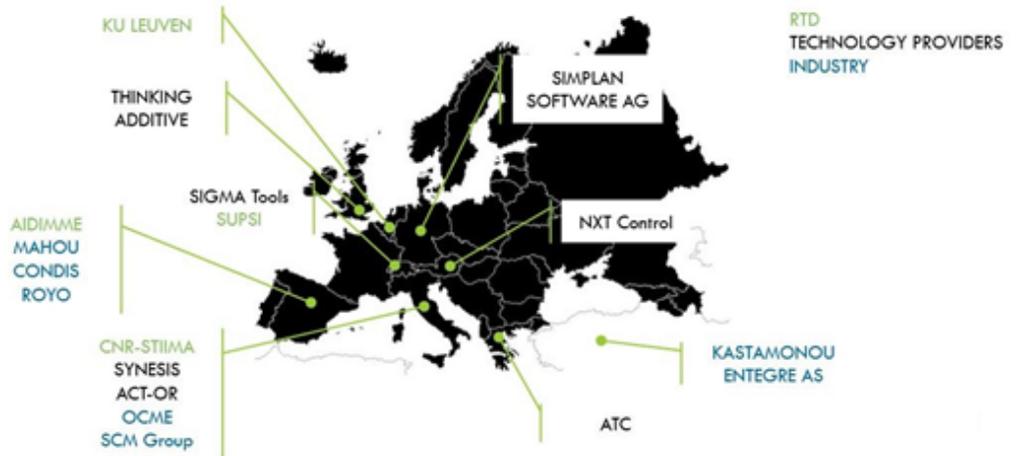
Ambito di applicazione

L'ambito di applicazione del progetto è quello dell'industria manifatturiera appartenente a due diverse filiere: il Food & Beverage e il Woodworking.

Ente finanziatore:

Unione Europea - Horizon 2020 - Call: H2020-NMBP-TR-IND-2018-2020 (Transforming European Industry)

Partenariato: 18 partners provenienti da Italia, Austria, Svizzera, UK, Belgio, Germania, Spagna, Turchia, Grecia

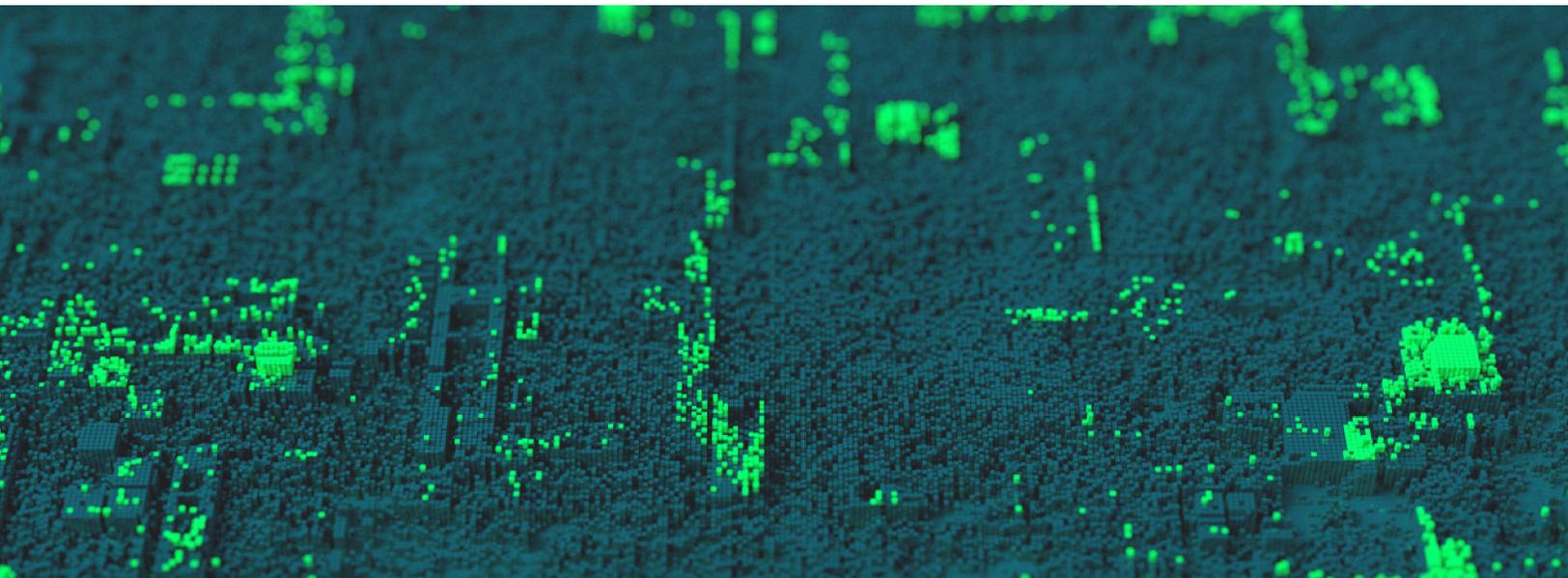


Obiettivo ACT OR*

Creazione di un Decision Support System per la valutazione e ottimizzazione della sostenibilità lungo le tre dimensioni (economica, ambientale e sociale) della supply chain. Nello specifico creazione di un DSS LCA-driven come strumento di supporto alle decisioni che riguardano i livelli strategici e tattici della gestione della filiera che come target considera sia la sostenibilità che l'effettiva profittabilità degli scenari possibili.

Approccio risolutivo

L'attenzione è stata rivolta alla filiera del Food&Beverage. Il primo set di dati forniti dai partners end-user di questa filiera, Condis e Mahou, ha permesso di individuare il campo di applicazione su cui agire, in accordo con la metodologia LCA. Si è scelto quindi di prendere in considerazione i processi che governano il livello più basso della filiera (Distribution Center, Transportation, Retail). Le attività di ricerca al momento sono focalizzate verso la creazione di uno strumento di Supply Chain Management che vedrà l'integrazione di diversi moduli ognuno riguardante una singola problematica. Ogni modulo avrà un duplice obiettivo che dovrà tener conto sia degli aspetti legati alla sostenibilità sia degli aspetti economici. Questo significa introdurre un'ulteriore complessità alle problematiche che insistono nelle fasi della filiera analizzate, caratterizzate da vincoli di varia natura, economica in primis. Dovendo tener conto quindi degli aspetti di sostenibilità, gli strumenti di gestione/ottimizzazione/ pianificazione, dovranno essere arricchiti di specificità legate ai singoli casi, al fine di ridurre quanto più possibile l'impatto del prodotto (misurato in termini di LCA).



Stando a quanto sopra, i modelli e gli algoritmi su cui si è scelto di porre l'attenzione sono:

1. Demand Forecast e Assortment Optimization.

Il modello mira a definire l'assortimento ottimizzato a livello di punto vendita, considerando le informazioni sulla sostenibilità: packaging, carbon footprint, possibilità di riutilizzo. Lo strumento di previsione della domanda di supporto all'ottimizzatore sarà utilizzato per calcolare le vendite future dei beni che si vogliono proporre

2. Stock Management Simulation Based.

Utilizzando un modello di simulazione, come Digital Twin della gestione del Distribution Center, si intende risolvere due problematiche tra di loro legate. La prima riguarda la scelta di quali prodotti tenere a stock nel DC e quali mantenere con consegna diretta da fornitore a store; la seconda, strettamente conseguente alla prima, è l'ottimizzazione delle quantità da stoccare. In termini di sostenibilità il modulo si propone quindi di analizzare il problema dello spreco alimentare, spesso legato alla presenza di prodotti deperibili e allo stesso tempo minimizzare l'impronta ecologica del prodotto anche in termini di consumi energetici.

3. Calendars and Transportation Optimization.

Questo modulo prenderà in considerazione due aspetti che hanno un forte impatto in termini di Carbon Footprint.

L'ottimizzazione dei calendari di consegna, e l'ottimizzazione dei percorsi ha quindi come obiettivo finale la riduzione della CO2 prodotta da questa attività.

I tre moduli sopra elencati, sono legati tra loro con relazioni di input e output: gli output del primo, (Assortment Optimization) possono diventare input del secondo modulo (Stock Management Simulation Based) che a suo tempo necessita di interagire con il terzo.

Questa situazione di interrelazione tra i vari moduli ha portato a pensare alla necessità di introdurre un ulteriore strumento a completamento del DSS.

Così come già anticipato, il prodotto finale del progetto ACT OR sarà una piattaforma su cui verranno integrati i diversi moduli raccordati tra di loro attraverso una dashboard interattiva.

La dashboard permetterà al decisore di analizzare le soluzioni provenienti dai diversi scenari fornendo indicazioni sia sulla profittabilità sia sulla sostenibilità derivanti dalle decisioni prese.

*Nel 2020 Spindox acquista il ramo industriale di ACT Operations Research, leader nella ricerca operativa e specializzato in software decisionali e soluzioni di controllo di processo, con un'esperienza di oltre 20 anni. Dalla fusione di ACT OR e Spindox nasce il prodotto Ublique e aHead Research.

UBLIQUE

UN MAGAZINE DI PROPRIETÀ DI SPINDOX
SUI TEMI DELLA DECISION INTELLIGENCE E
DEGLI ADVANCED ANALYTICS APPLICATI AL
BUSINESS.

LOGISTICA / SUPPLY CHAIN / TRASPORTI/
DEMAND INTELLIGENCE / RETAIL / FASHION

Contact us

©UBLIQUE by Spindox AG
Via Giovan Battista Pioda 12
6900 Lugano | Switzerland

hello@ublique.ai
www.ublique.ai

