

Gli acquisti in rete delle aziende italiane analizzati dall'Osservatorio B2B del Politecnico di Milano

FRANCESCA PRANDI

Le applicazioni di e-commerce business-to-business (B2B) sono ancora poco conosciute in Italia e molti sottovalutano i vantaggi che possono derivare da una gestione in rete di una parte o di tutto il processo di approvvigionamento: dalla ricerca dei fornitori (scouting) la richiesta di quotazioni, l'utilizzo di cataloghi elettronici e di aste online, fino all'automazione del ciclo ordine-consegna-fatturazione e alle attività di collaborazione tra cliente e fornitore per la pianificazione della produzione e dell'approvvigionamento. Ma negli ultimi due anni alcune medie e grandi aziende hanno effettuato consistenti investimenti in quest'area, che viene definita di logistica passiva, contagiando con questa esperienza i

propri fornitori storici e sollecitando anche quelli potenziali ad adeguarsi a queste nuove modalità di business.

Il livello di adozione delle pratiche di e-commerce B2B rappresenta un indicatore della maturità di utilizzo delle tecnologie digitali nelle imprese italiane. Un osservatorio della School of Management del Politecnico di Milano ne segue da quattro anni l'evoluzione. L'ultima edizione è stata presentata a Milano lo scorso 23 giugno in un convegno introdotto da Francesco Festa, Presidente dell'ADACI, l'Associazione Italiana di Management degli Approvvigionamenti.

Vediamo in sintesi i maggiori risultati della ricerca che si è basata sullo studio di 300 casi aziendali. Nel 2004 la crescita dell'e-commerce B2B è proseguita, ma a ritmi non particolarmente elevati, se si guarda all'insieme degli ambiti applica-

tivi. Il valore delle transazioni è risultato pari a 94 miliardi di euro, che corrisponde al 5% di tutti gli scambi B2B effettuati nel nostro Paese, per una crescita del 13% rispetto al 2003.

Le applicazioni di e-procurement, che sostanzialmente rappresentano il livello di partenza dei progetti di e-commerce B2B, sono cresciute più di quelle di Supply Chain, che richiedono un impegno collaborativo cliente-fornitore decisamente più avanzato.

E infatti nell'e-procurement si è assistito a una crescita del 30% del valore negoziato tramite gli strumenti di e-Sourcing, vale a dire sistemi di richiesta di proposta/quotazione e di asta elettronica mentre il valore degli acquisti gestiti attraverso un catalogo elettronico (si tratta quindi di acquisti ricorsivi quando sia già stato predefinito un contratto di fornitura) è addirittura

raddoppiato. Per quanto riguarda invece le applicazioni di Supply Chain la crescita è stata solo dell'11%. Relativamente all'utilizzo di queste applicazioni nelle varie filiere merceologiche, si osserva che l'automotive è il comparto che acquista maggiormente in rete, detenendo una quota del 31% dei 94 miliardi di valore del B2B, seguito dal grocery col 13%; telcos e informatica hanno ciascuno una fetta del 6% e gli elettrodomestici del 4%.

Tra i numerosi casi aziendali riportati nell'Osservatorio, vi sono varie società del comparto elettronico ed elettrotecnico come ad esempio Italtel, Arrow Electronics, ABB Sace, Bticino, Lucent Technologies, Candy, Edison ed Enel.

Le barriere che si frappongono all'utilizzo di queste tecnologie sono ancora molto forti. C'è chi ritiene che queste applicazioni siano interessanti solo per le grandi aziende ed esclusivamente per i prodotti indiretti e/o standard, chi teme per la qualità delle forniture e per la perdita di personalizzazione nei rapporti, chi pensa che la complessità organizzativa annulli o riduca eventuali benefici, che in generale pochi sanno valutare.

A tal proposito, il Presidente
continua a pagina 10 ►

➡ segue da pagina 3

Gli acquisti in rete...

dell'Adaci ha puntualizzato che l'utilizzo di questi strumenti non può certo essere improvvisato. Rispetto ai paesi anglosassoni, molto più acculturati in materia di gestione degli approvvigionamenti, da noi si sottovaluta ad esempio il significato di navigazione strutturata in Internet, con strumenti e metodologie adeguate.

Occorre una formazione specifica per ricavare i massimi vantaggi dalla presenza dei fornitori sul web, sapere come trovarne di nuovi, come cogliere nuove opportunità, come comparare qualità e prezzi alternativi, come gestire le richieste di quotazione e le aste online. "In fondo - ha detto Festa - non dobbiamo dimenticare che anche in Internet la vera risorsa è l'uomo, che va adeguatamente formato". "In Italia passerà ancora molto tempo prima che si arrivi a compiere l'intero ciclo di fornitura in rete, ma intanto si può cominciare ad eseguire bene i fondamentali: scouting, richieste di quotazioni e aste".

Quanto può rendere una buona gestione dei processi di approvvigionamento e supply chain, utilizzando le applicazioni B2B? Un dato impressionante viene da Alitalia. Questa azienda, che è la terza centrale di acquisto in Italia, ha deciso di centralizzare i processi di approvvigionamento, ha adottato tutti gli strumenti di e-procurement e supply chain management, coprendo quindi tutto il processo, dalla nascita del bisogno di acquisto fino al vendor rating (monitoraggio dei capitolati, dei difetti, della tempistica, ecc), risparmiando in 6 mesi una cifra pari a più di metà del suo piano di salvataggio. Non è cosa da poco.

