

Case study: Decathlon

Tre nuovi magazzini dove preparare gli ordini 'online'

Paese: Italia



L'azienda di articoli sportivi Decathlon continua a superare sè stessa. Di recente ha inaugurato tre nuovi centri logistici nelle località italiane di Brandizzo, Basiano e Castel San Pietro Terme. Negli ultimi anni ha aumentato il numero dei negozi nel paese, oltre che la vendita online dei propri prodotti. Per affrontare la crescita, Mecalux ha attrezzato i tre magazzini con soluzioni di stoccaggio su misura e progettate affinché la preparazione degli ordini venga eseguita con maggiore velocità ed efficienza.

Decathlon punta sul canale 'online'

Fondata nel 1976 in Francia, Decathlon è un'azienda molto famosa che si occupa della commercializzazione di articoli per appassionati di sport a tutti i livelli, dai principianti agli esperti. Ha un evidente approccio internazionale e al momento vanta una presenza in oltre 35 paesi, tra cui Italia, Spagna, Regno Unito, Cina e Brasile.

Negli oltre 1.350 punti vendita distribuiti nel mondo, si possono trovare tutti i tipi di prodotti per praticare qualsiasi disciplina sportiva, dalle marche più rinomate alle venti marche "Passione" che produce l'azienda stessa.

L'innovazione è parte integrante di tutti i progetti dell'impresa per adeguarsi alle esigenze del mercato. Per tradizione, in genere i punti vendita Decathlon si estendono su ampie superfici che si trovano in zone o centri commerciali lontani dalle aree urbane. Tuttavia, negli ultimi anni ha puntato ad avvicinarsi sempre più ai propri clienti e ha raddoppiato gli sforzi per adeguarsi alle loro abitudini di consumo. A tale fine, ha inaugurato negozi nel centro di alcune capitali europee e inoltre ha potenziato la vendita online dei suoi prodotti. Nel 2017 Decathlon ha fatturato 11.014 milioni, equivalenti ad un incremento del 10,5%.

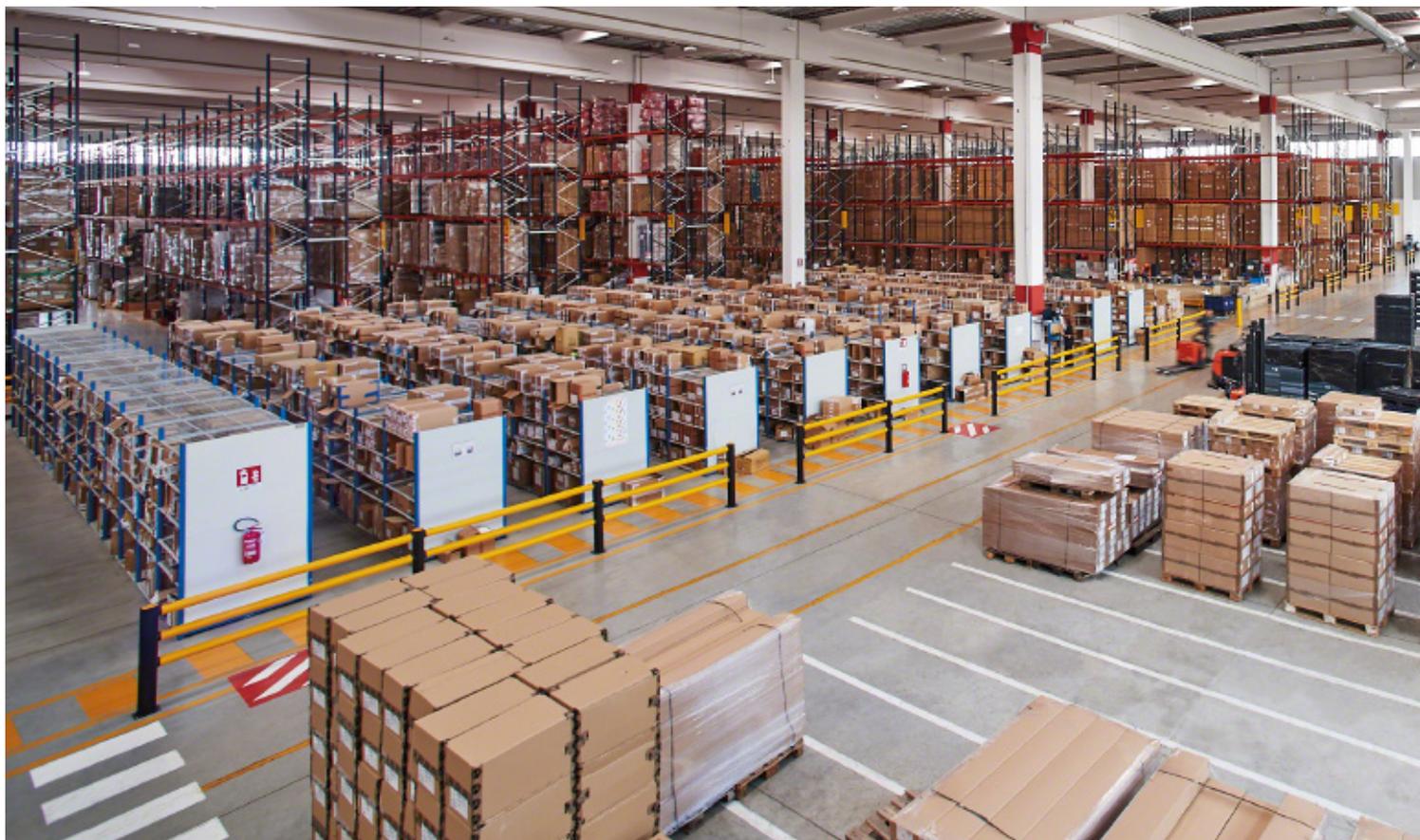
Uno degli obiettivi della compagnia è quello di applicare un modello omnicanale nel suo business al fine di rispondere meglio alla crescente domanda della clientela. Per questo, Fabio Montinaro, Direttore di Decathlon Logistica Brandizzo, afferma che *"dobbiamo disporre di una logistica dinamica e flessibile."*

Decathlon è arrivata in Italia nel 1993 e da quando ha aperto le porte del suo primo negozio a Lissone sono seguiti più di 120 punti vendita sparsi in tutto il paese.

Grazie alla qualità e ai prezzi contenuti, le marche Passione hanno ottenuto un grande successo in tutta Italia e le vendite sono salite alle stelle. La conseguenza è un fatturato di più di 1.300 milioni di euro nell'ultimo anno, che significa un aumento del 7,2% rispetto all'anno passato.

Per far fronte alla crescente domanda di prodotti in Italia, Decathlon ha puntato sulla modernizzazione della logistica. Ha deciso di ottimizzare i processi di stoccaggio e preparazione degli ordini, al fine di ridurre i costi di movimentazione, aumentare la produttività e offrire la qualità di servizio migliore. Su questa linea ha costruito tre nuovi centri di distribuzione nelle località di Brandizzo, Basiano e Castel San Pietro Terme.

Il fatturato derivante dal sito web Decathlon.it aumenta fino a raggiungere il 3,5% del ricavo generale di Decathlon in Italia





Le sfide della logistica per il settore dell'e-commerce'

LGli articoli di Decathlon sono alla portata di tutti, ovunque si trovino e a qualsiasi ora del giorno, basta solo un clic sulla pagina web. La possibilità di riceverli nell'arco di poche ore restando comodamente a casa propria è un grande vantaggio per i consumatori, anche se implica una notevole sfida per l'azienda.

Assicurare le consegne dei prodotti nel tempo più breve possibile e affrontare l'elevata domanda di questi servizi richiede un'organizzazione perfetta di tutti i processi logistici. Per riuscirci, bisogna tenere conto di alcuni aspetti:

Scegliere il **sistema di stoccaggio** adatto, quello più idoneo alle esigenze specifiche dell'azienda. L'accesso diretto ai prodotti facilita la movimentazione della merce e la preparazione degli ordini. Inoltre è consigliabile che le scaffalature siano versatili e includano complementi e accessori per stoccare referenze di dimensioni variabili.

Distribuire la merce nel magazzino in base alle caratteristiche, alle dimensioni e al livello di domanda velocizza la preparazione degli ordini. È preferibile dare una priorità ai prodotti di maggior rotazione, ad esempio destinandoli a un'area specifica riservata.

Settorizzare il magazzino in zone distinte (ognuna può essere costituita da un determinato numero di corsie oppure formare un intero livello del magazzino).

A ogni settore deve essere assegnato un numero specifico di operatori che può variare in base alla domanda e alla quantità di ordini da preparare. Con questa metodologia si ottiene un rendimento molto elevato dell'attività di picking, purché le aree siano collegate tra loro mediante mezzi di movimentazione adeguati (come i trasportatori).

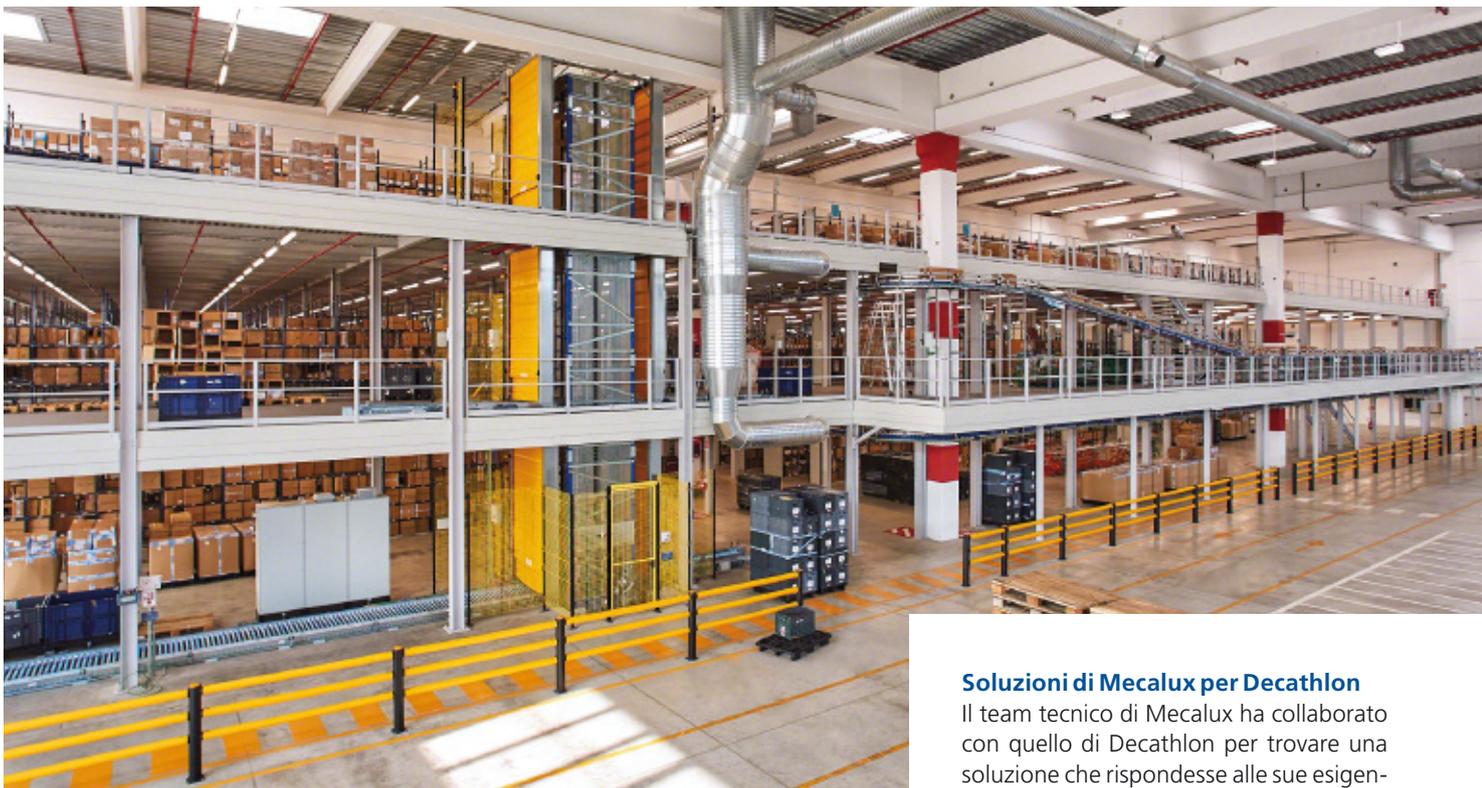
Ottimizzare i percorsi all'interno del magazzino. Se possibile, è preferibile che ogni operatore prepari vari ordini allo stesso tempo. Questi dovranno essere verificati in un secondo momento per controllare che non si siano verificati errori.

Utilizzare dispositivi di ausilio. I terminali di radiofrequenza o dispositivi put-to-light, pick-to-light, di voice e vision picking offrono livelli di produttività sensibilmente alti in quanto facilitano la localizzazione degli articoli corrispondenti.

Installare un **sistema di gestione del magazzino** (SGM) che consenta di controllare lo stock in tempo reale al fine di avere a disposizione la merce per eseguire tutti i cicli operativi senza interruzioni. Il sistema rileva se il livello di stock è il minimo sufficiente a garantire il servizio, in caso contrario ordina il riapprovvigionamento immediato sugli scaffali.

In un e-commerce, il magazzino interpreta un ruolo da protagonista per poter offrire il servizio desiderato e garantire una esperienza positiva ai clienti





Soluzioni di Mecalux per Decathlon

Il team tecnico di Mecalux ha collaborato con quello di Decathlon per trovare una soluzione che rispondesse alle sue esigenze. L'Italia è uno dei paesi europei a maggior rischio sismico e per questo motivo le scaffalature sono state progettate proprio per sopportare le forze dinamiche provocate dai terremoti e quindi evitare l'eventuale caduta dei pallet.

I tre nuovi centri logistici hanno caratteristiche e una distribuzione dello spazio molto simile. Secondo Fabio Montinaro, *"il ciclo operativo principale è la preparazione degli ordini, sia per i clienti che acquistano in tutta Italia attraverso Internet, sia per rifornire i negozi di Decathlon nel Nord del paese."* Ogni giorno gli operatori percorrono le corsie prelevando le referenze indicate dal sistema di gestione del magazzino (SGM) attraverso un terminale a radiofrequenza.

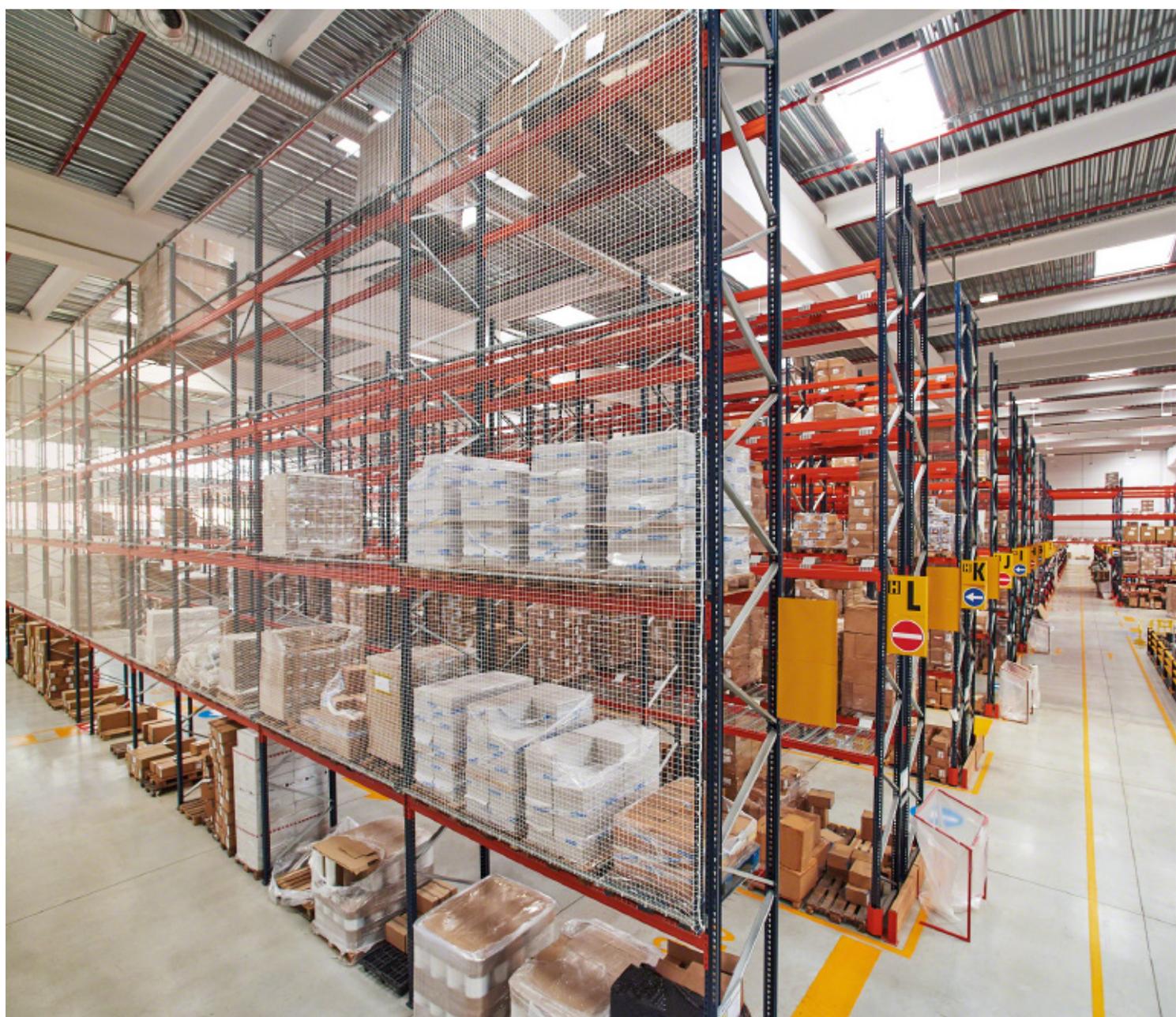
I magazzini sono formati da due zone differenziate:

1. Soppalco a tre livelli con scaffalature per picking: destinato ai prodotti di dimensioni più piccole (come biancheria o calzature). Queste scaffalature misurano 2,7 m di altezza con cinque scaffali e offrono accesso diretto affinché gli operatori possano comodamente estrarre gli articoli dalle casse. I tre livelli del soppalco sono perfettamente collegati tra loro tramite un circuito di trasportatori che conduce gli ordini finiti fino all'area di consolidamento.



Fabio Montinaro
Direttore di Decathlon Logistica Brandizzo

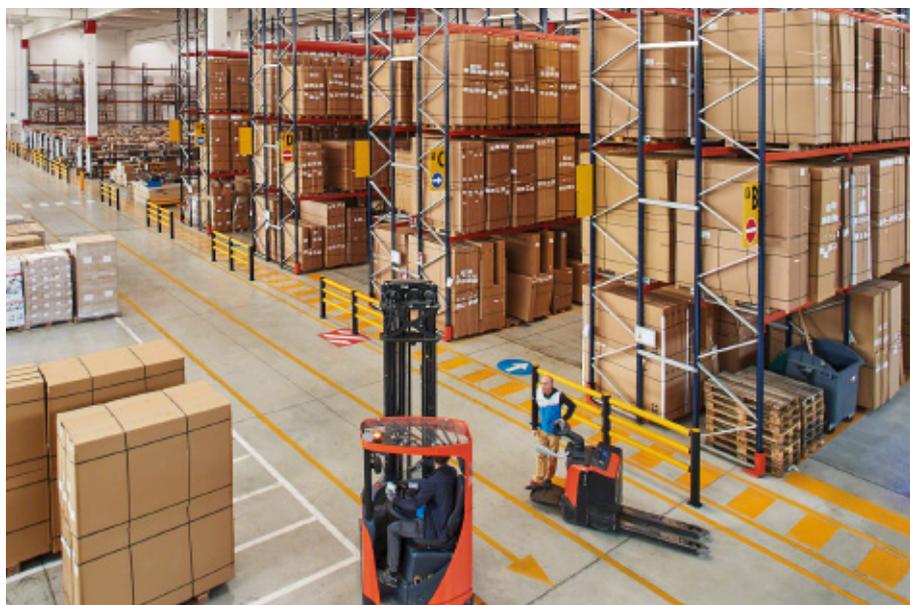
"Mecalux ci ha fornito delle scaffalature che si sono rivelate funzionali alle nostre esigenze e al miglior prezzo. Oltretutto, sono rinforzate e pensate per proteggere i lavoratori e la merce contro qualsiasi possibile rischio sismico."



2. Ampia area con scaffalature per pallet: qui si stoccano i prodotti voluminosi (biciclette, sacchi da boxe o tende da campeggio) e i pallet di scorta con la merce delle scaffalature per picking.

In genere, Decathlon opera con pallet da 800 x 1.200 mm e con carichi di altezza variabile (fino a un massimo di 2.350 mm), che possono anche superare le misure della base. Pertanto, il sistema portapallet è il più indicato per stoccare pallet con molte referenze diverse per peso, grandezza e dimensioni.

Nei magazzini di Decathlon si lavora soprattutto con carrelli retrattili per inserire e prelevare i pallet dalle rispettive ubicazioni, e con commissionatori a basso livello destinati a effettuare il picking.



Vantaggi per Decathlon in Italia

- **Massimo utilizzo dello spazio:** le scaffalature per picking e per pallet ottimizzano al massimo la superficie dei tre centri logistici al fine di fornire la massima capacità di stoccaggio possibile.
- **Priorità nella preparazione degli ordini:** i magazzini di Decathlon sono progettati per velocizzare il picking. Tutte le soluzioni di stoccaggio offrono accesso diretto facilitando la movimentazione della merce.
- **Mantenere il ritmo di crescita:** la costruzione dei tre nuovi magazzini in Italia indica le buone prospettive future di Decathlon in Italia e il successo delle vendite dei prodotti dell'azienda nel paese.



Dati tecnici

Brandizzo

Dimensioni del magazzino	22.913 m ²
Scaffalature portapallet	
Capacità di stoccaggio	9.738 posti pallet
Dimensioni dei pallet	800 X 1.200 mm
Peso max dei pallet	700 kg
Altezza delle scaffalature	9,5 m
Lunghezza delle scaffalature	29,7 m
Scaffalature per picking	
N. di scaffali	10.640
Altezza delle scaffalature	2,25 m

Castel San Pietro Terme

Dimensioni del magazzino	35.999 m ²
Scaffalature portapallet	
Capacità di stoccaggio	12.801 posti pallet
Dimensioni dei pallet	800 X 1.200 mm
Peso max dei pallet	700 kg
Altezza delle scaffalature	9,5 m
Lunghezza delle scaffalature	96,3 m
Scaffalature per picking	
N. di scaffali	12.540
Altezza delle scaffalature	2,75 m

Basiano

Dimensioni del magazzino	44.001 m ²
Scaffalature portapallet	
Capacità di stoccaggio	14.234 posti pallet
Dimensioni dei pallet	800 X 1.200 mm
Peso max dei pallet	700 kg
Altezza delle scaffalature	9,5 m
Lunghezza delle scaffalature	91,6 m
Scaffalature per picking	
N. di scaffali	21.300
Altezza delle scaffalature	2,7 m

