

Indice

	<i>pag.</i>
<i>Introduzione</i>	XI
Capitolo Primo	
La <i>retail logistics</i>: rilevanza del tema sotto un profilo accademico e manageriale	
1.1. Impostazione del problema	1
1.2. Il tema della <i>retail logistics</i> nella letteratura economico-manageriale e l'individuazione dei temi rilevanti	3
1.2.1. Fase 1: La consistenza del tema <i>retail logistics</i> nella letteratura internazionale	5
1.2.2. Fase 2: Criteri di selezione	9
1.2.3. Fase 3: L'analisi della letteratura rispetto al metodo di ricerca e all'approccio impiegato	10
1.3. Le principali tematiche individuate dall'analisi dei contributi scientifici analizzati	13
1.4. La <i>retail logistics</i> nella letteratura italiana: una sintesi (e un rimando)	20
1.5. Riflessioni conclusive sull'analisi della letteratura e impostazione del lavoro	21
1.6. La crescente rilevanza della <i>retail logistics</i> per la competitività dell'impresa della GDO	24
1.6.1. L'impatto sui costi e sulla qualità del servizio al consumatore	26
1.6.2. Il problema dell' <i>out of stock</i> e la tensione verso l' <i>On-Shelf Availability</i>	28
1.6.3. L'interdipendenza con le altre attività generatrici del valore	34
Allegato	39
Capitolo Secondo	
<i>Retail logistics</i> e relazioni di canale: fasi evolutive e nuove sfide competitive	
2.1. Fasi di modernizzazione del commercio e fasi della <i>retail logistics</i> : impostazione del problema	51
2.2. La fase <i>supply-driven</i> della logistica distributiva	54

	<i>pag.</i>
2.2.1. La fase pre-industriale e il ruolo del grossista quale <i>channel leader</i>	54
2.2.2. La fase industriale e il ruolo del <i>manufacturer</i> quale <i>channel leader</i>	55
2.3. La fase <i>retailer-driven</i>	58
2.4. <i>Supply chain management</i> (SCM): orientamento alla creazione di valore congiunto nella filiera <i>grocery</i>	63
2.5. <i>Outsourcing</i> e <i>in-sourcing</i> logistico	69
2.6. Ambiente e <i>reverse logistics</i>	73
2.7. <i>Etailing</i> e soluzioni logistiche	77
2.8. L'impatto sulle relazioni verticali di canale	82

Capitolo Terzo

Il sistema logistico della GDO: i nodi e l'organizzazione dei flussi logistici

3.1. Il sistema logistico integrato dalla GDO: aspetti introduttivi	87
3.2. La struttura della logistica della GDO: i Ce.Di	88
3.2.1. I criteri di classificazione dei Ce.Di	88
3.2.2. La localizzazione dei Ce.Di	93
3.2.3. I <i>retailer</i> e la filiera immobiliare per la logistica	96
3.3. Il network logistico della GDO: le modalità di gestione dei flussi e la tendenza al consolidamento e alla centralizzazione	98
3.4. Il funzionamento del network: le soluzioni organizzative per il miglioramento dell' <i>order-to-delivery</i>	102

Capitolo Quarto

Il ruolo delle Information and Communication Technologies nella retail logistics

4.1. L'importanza delle Information and Communication Technologies nella gestione logistica e del sistema infrastrutturale della GDO	107
4.2. Le tecnologie per l'integrazione e per il controllo dei flussi: EDI, web-EDI e sistemi ERP	108
4.3. Sistemi e applicativi gestionali avanzati	112
4.4. I sistemi di integrazione e di collaborazione fornitore-cliente nella <i>Supply chain</i>	113
4.4.1. I sistemi di <i>continuous replenishment</i>	113
4.4.2. I sistemi previsionali per la domanda	117
4.5. RFID	120
4.6. L'automazione dei magazzini	131

pag.

Capitolo Quinto

La retail logistics in Italia: un'analisi per casi

5.1. Il contesto: una sintesi dei connotati della distribuzione commerciale in Italia	133
5.2. Le <i>research question</i> e la metodologia di indagine	138
5.3. I casi aziendali e gli aspetti da indagare	140
5.4. Il caso Coop Liguria, Coop Lombardia e Coop Nova nel Distretto Nord-Ovest	142
5.5. Il caso Pam-Panorama (Gruppo Pam)	150
5.6. Il caso Basko (Gruppo Sogegross)	154
5.7. Discussione dei casi e considerazioni conclusive	158
 <i>Bibliografia</i>	 163