

IL GIORNO

Maquillage digitale per la Art Cosmetics E il fatturato vola

Con le nuove tecnologie +155% di incasso

RIVOLUZIONE

Addio fogli

L'azienda ha archiviato la gestione cartacea del magazzino



Alessandro Borelli
■ MOZZANICA (Bergamo)

UNA «RIVOLUZIONE digitale» per affrontare la crisi e, soprattutto, per raccogliere le sfide del mercato globale. Protagonista di questa strategia tutta basata sull'innovazione è la Art Cosmetics, azienda bergamasca delle bellezze che vanta un portafoglio di 160 clienti del settore, fra i quali alcuni dei marchi di cosmetica più conosciuti a livello internazionale. Dal 2010 al 2013, grazie alla scelta di affiancare ai punti di forza tradizionali — qualità del prodotto, eccellenza made in Italy e servizio al cliente — i sistemi hi-tech di gestione dell'intera attività, la società di Mozzanica ha visto il proprio fatturato crescere ad un ritmo esponenziale: da 9 a 25 milioni di euro, con un incremento medio del 30 per cento annuo e una positiva ricaduta anche dal punto di vista occupazionale, visto che i dipendenti sono passati da 40 a 140.

«**ABBIAMO** scommesso sulla necessità di operare in maniera effi-

ciente sia dal punto di vista della valutazione degli standard produttivi sia da quello delle giacenze di magazzino», sottolinea Francesco Geuna, Innovation manager di Art Cosmetics.

«I numeri ci stanno dando ragione. In pochi anni il nostro fatturato ha registrato un balzo in avanti del 155 per cento. Quasi un miracolo, considerati i tempi difficili

LAVORO

Grazie l'innovazione gli operai sono passati da 40 a 140

con cui abbiamo comunque dovuto misurarci».

Ma come ha operato concretamente Art Cosmetics? La scelta è stata quella di archiviare la gestione cartacea della produzione e del magazzino, divenuta insostenibile in primo luogo a causa della continua crescita degli ordini, e di passare alla digitalizzazione di tutte le fasi della lavorazione.

UN'OPERAZIONE condotta in porto grazie alla sinergia con Overlog, ditta di Buttrio, in pro-



vincia di Udine, esperta in soluzioni mirate proprio per i magazzini, e Tecnest, anch'essa con sede a Udine, specializzata nella fornitura di soluzioni informatiche e organizzative per la pianificazione delle attività aziendali.

Risultato: dal ricevimento delle materie prime al packaging tutto avviene con l'ausilio di sistemi operativi di ultima generazione grazie ai quali, come sottolinea ancora Geuna, «la raccolta dati è automatica: in qualsiasi momento, attraverso i tablet e i computer si sa chi sta facendo cosa e si riesce ad avere la tracciabilità dei prodotti».

GLI INTERVENTI sul fronte dell'innovazione sono avvenuti senza incidere in alcun modo sulle garanzie qualitative che la società offre: l'azienda infatti è certificata con il marchio Iso 9001 per il proprio settore di appartenenza. Oltre alla sede di Mozzanica, l'impresa orobica dispone di quattro sedi produttive e tre siti logistici; nel 2012 ha aperto uffici commerciali a New York e Parigi. Le committenze arrivano principalmente da Europa, Nord America, Medio Oriente, Asia ed Australia.