

School of Management - Politecnico di Milano

www.osservatori.net

www.contractlogistics.it



COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Contract Logistics

CONTINUA LA CRESCITA DELLA LOGISTICA CONTO TERZI IN ITALIA

LE MAGGIORI OPPORTUNITA' RIGUARDANO I SERVIZI LOGISTICI AVANZATI E LA MULTICANALITA'

Nel 2014 risalita del fatturato della Contract Logistics in Italia: 77,3 miliardi di euro, +1,8%. Previsione 2015 78,3 miliardi (+1,4%) 2016 80,9 miliardi (+1,8%). Il mercato dell'outsourcing vale 42,6 miliardi di euro nel 2013 (+1,6%), il 39,1% del valore complessivo della logistica.

La logistica assume un ruolo sempre più strategico per la crescita e la sostenibilità del business in un contesto di complessità crescente. Ne sono una testimonianza la richiesta di servizi logistici avanzati e a supporto della multicanalità

Bologna, 28 gennaio 2016 - Dopo il calo dell'anno precedente, nel 2014 risale il fatturato della logistica conto terzi in Italia (77,3 miliardi di euro, +1,8%) che secondo le previsioni toccherà quota 78,3 miliardi di euro nel 2015 e 80,9 miliardi di euro nel 2016, rispettivamente +1,4% e +1,8% in termini reali sull'anno precedente. Una crescita frutto di diversi fattori, come la ripresa dell'economia nazionale e l'attenzione al miglioramento delle prestazioni da parte della committenza, su cui incidono anche lo sviluppo del canale di vendita online e la forte spinta verso l'internazionalizzazione.

Il mercato della logistica conto terzi (cioè il fatturato degli operatori al netto del valore del sub-appalto) vale 42,6 miliardi di euro nel 2013, pari al 39,1% del valore complessivo della logistica (109 miliardi di euro tra costi in-house e in outsourcing). Nel periodo 2009-2013, considerando solamente lo Strategic Outsourcing - ossia l'outsourcing di una parte rilevante del processo logistico a uno/pochi fornitori - si rileva una crescita del 4,6%, più marcata rispetto a quella del mercato nel suo complesso.

Sono alcuni dei risultati della ricerca 2015 dell'Osservatorio Contract Logistics del Politecnico di Milano, presentata questa mattina al convegno dal titolo "Ambiti di innovazione nella logistica: esperienze a confronto" (<http://www.contractlogistics.it>)* che si è tenuto a Bologna, in cui sono stati presentati diversi casi aziendali innovativi.

"Continua la crescita della logistica conto terzi in Italia, che oggi, oltre a fare i conti con la sfida dell'efficienza, è chiamata a supportare nuovi mercati e servizi per le aziende - afferma Gino Marchet, Direttore scientifico dell'Osservatorio Contract Logistics -. Le maggiori opportunità di sviluppo per il futuro provengono dalla multicanalità, di fronte alla crescita ineludibile del commercio elettronico, e dall'offerta di servizi logistici avanzati, quelle attività poco terziarizzate in Italia che richiedono un'evoluzione delle competenze dei fornitori". "Dalla ricerca - aggiunge Marco Melacini, Direttore dell'Osservatorio Contract Logistics - emerge una significativa domanda delle aziende di servizi a supporto di una strategia multicanale e una maggiore attenzione all'integrazione informativa dei processi, in primis il trasporto".

La terziarizzazione delle attività logistiche

Si possono terziarizzare parti o un intero processo logistico, si può lasciare più o meno autonomia decisionale al fornitore o affidarsi a più o meno fornitori. I risultati della ricerca dell'Osservatorio Contract Logistics del Politecnico di Milano confermano l'eterogeneità delle scelte di outsourcing delle aziende committenti: il 23% delle aziende ricorre ad un approccio "Full Strategic Outsourcing" (alta autonomia del fornitore, alta estensione di attività date al singolo fornitore, fino all'introduzione di linee di personalizzazione dei prodotti), mentre il 12% ha un approccio alla terziarizzazione di "Full Commodity Outsourcing" (bassa autonomia del fornitore, bassa estensione di attività date al singolo fornitore). Per quanto riguarda invece il numero dei fornitori, il campione si divide quasi equamente: il 45% dei committenti preferisce lavorare con pochi fornitori (uno o due), il 55% con molti fornitori (in casi in cui sono coinvolti direttamente anche gli

autotrasportatori, si arriva anche a più di 30 fornitori).

“Sebbene i committenti si ritengano mediamente soddisfatti delle scelte di terziarizzazione, il modello seguito non corrisponde al preferito - spiega **Damiano Frosi**, Ricercatore senior dell'Osservatorio Contract Logistics -. È stato chiesto ai diversi manager delle aziende committenti di indicare quale modello di outsourcing sceglierebbero: è emersa una forte preferenza in prospettiva per un maggior ricorso allo Strategic Outsourcing”.

Il ruolo dei fornitori e i servizi logistici avanzati

Ci sono 9 tipologie di “servizi logistici avanzati” identificati dall'Osservatorio Contract Logistics, quelle attività tradizionalmente non terziarizzate che richiedono un'evoluzione delle competenze dei fornitori: Advanced co-packing (creazione di nuovi prodotti attraverso imballi particolari con coinvolgimento del fornitore di servizi logistici sia nella progettazione dell'imballo che nella verifica della conformità/qualità del “nuovo” prodotto generato); Assemblaggio/Lavorazione dei prodotti; Gestione del flusso di materiali all'interno di stabilimenti produttivi; Gestione delle scorte (per alcune categorie di prodotto o per canale, ad esempio il riordino nei depositi secondari); Vendor Managed Inventory; Integrated Customer Service (rivolto ai clienti del committente, per problematiche di servizio e per domande su caratteristiche specifiche dei prodotti); Tentata vendita; eCommerce (gestione della piattaforma, dei pagamenti e del processo logistico di distribuzione); Order to cash (gestione dei pagamenti e del recupero dei crediti).

La strategia multicanale

La “multicanalità”, ovvero l'affiancamento dell'online ai canali di vendita esistenti, è un elemento sempre più rilevante per le aziende che utilizzano servizi logistici. Gli elevati costi fissi legati alla gestione dell'iniziativa sono il principale ostacolo all'ulteriore sviluppo del canale online: il 62% dei rispondenti mette al primo posto gli alti costi di gestione e il 31% l'incertezza sulla stima del costo logistico.

“L'evoluzione della logistica multicanale del futuro riguarderà certamente la tipologia delle strutture logistiche, i servizi offerti e l'assetto della rete distributiva, ma un ruolo chiave sarà ricoperto dai depositi di prossimità, sempre più punto di contatto con il consumatore finale - commenta **Gino Marchet**, Direttore scientifico dell'Osservatorio Contract Logistics -. La soluzione del futuro si può chiamare 'omnicanalità': il consumatore è al centro del processo e a seconda delle modalità di acquisto/consegna scelte viene servito attraverso circuiti logistici diversi”.

“In questo scenario il ruolo dei fornitori di servizi logistici è duplice - osserva **Marco Melacini**, Direttore dell'Osservatorio Contract Logistics -, da una parte fornitori di servizi a valore aggiunto, dall'altra orchestratori dell'intero processo. I fornitori di servizi logistici hanno quindi un ruolo fondamentale per gestire la variabilità di flussi e l'elevato livello di servizio richiesto”.

**L'Osservatorio, alla sua quinta edizione, ha coinvolto all'interno del Board di Ricerca sia aziende della domanda, sia aziende fornitrici di servizi logistici. In particolare hanno partecipato direttamente ai lavori alcuni Direttori Logistica & Operations di aziende committenti (Auchan, Basicitalia, Bayer, Bonduelle, Brembo, Chicco Artsana, Composad, Coop Nord-Ovest, Daikin, Dow, Gruppo PAM, Gucci, Granarolo, Ikea, la Rinascente, Lechler, Leroy Merlin, L'Oreal, Mondelez, Nestlé, Omega Pharma, OSRAM, Rhiag Group, Riello, Saipem, Samsung, Sirap Gema) e molti manager di operatori della filiera che hanno supportato la Ricerca (Gruppo Arcese, BCUBE, BRT Corriere Espresso, CEVA Logistics, CLO Servizi Logistici, Difarco, FATA Logistic Systems, FERCAM, FM Logistic, Generix Group, GEODIS, ICE, Innocenti Depositi, Jungheinrich, Logistica Uno, Neologistica, Number1 Logistics Group, OM STILL, Poste Italiane, Replica Sistemi, TESISQUARE®, XPO Logistics, Zeroquattro Logistica, Acxela Italia, Brivio&Viganò, ConsiCopro, Hardis Italia, Interporto Bologna, Italtrans, Linde Material Handling, Messagerie del Garda, Multilogistics, Ortec, Silvano Chiapparoli Logistica, STEF Italia, TimoCom).*

Ufficio stampa School of Management del Politecnico di Milano

Barbara Balabio
Tel.: 02 2399 9578
email barbara.balabio@polimi.it
Skype barbara.balabio
www.osservatori.net

d'I Comunicazione:

Stefania Vicentini
sv@dicomunicazione.it
Mob.: 335 5613180

Piero Orlando
po@dicomunicazione.it
Mob.: 335 1753472

La School of Management del Politecnico di Milano, con oltre 240 docenti, e circa 80 fra dottorandi e collaboratori alla ricerca, dal 2003 accoglie le attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nei campi management, economia e industrial engineering. Fanno parte della Scuola il Dipartimento di Ingegneria Gestionale, le Lauree e il PhD Program di Ingegneria Gestionale e il MIP, la business school del Politecnico di Milano. Nel 2007 ha ricevuto l'accreditamento EQUIS e dal 2009 è nella classifica del Financial Times delle migliori Business School d'Europa; nel Marzo 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA (Association of MBAs).

Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati ecc. Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Big Data Analytics & Business Intelligence, Canale ICT, Cloud & ICT as a Service, Cloud per la Pubblica Amministrazione, Digital & M&A, Digital Innovation Academy, eCommerce B2c, eGovernment, Enterprise Application Evolution, eProcurement nella PA, Export, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione Progettazione e PLM, Gioco Online, HR Innovation Practice, ICT & PMI, ICT Accessibile e Disabilità, ICT nel Real Estate, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nelle Utility, Internet of Things, Intranet Banche, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Economy, Mobile Enterprise, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, New Media & New Internet, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart Manufacturing, Smart Working, Startup, Supply Chain Finance.

