



COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Contract Logistics “Gino Marchet”

## **CONTINUA A CRESCERE LA CONTRACT LOGISTICS: 82 MILIARDI DI EURO, +0,6% STARTUP E NUOVE TECNOLOGIE, LA RIVOLUZIONE 4.0 ENTRA NELLA LOGISTICA**

Aumenta per il quinto anno consecutivo il fatturato della logistica conto terzi in Italia. L'outsourcing vale il 40,5% delle attività logistiche complessive. Torna a crescere il numero degli operatori: 97mila, +2,2%

La rivoluzione 4.0 entra nella logistica: con le nuove soluzioni il 48% delle imprese prevede un aumento della produttività, il 37% maggiore visibilità sui processi, il 27% migliore tracciabilità

Nuovo impulso al settore grazie all'innovazione, all'attenzione alla customer experience e alle startup: 319 nuove imprese censite a livello internazionale, 5 miliardi di finanziamenti raccolti

*Milano, 8 novembre 2018* - La Contract Logistics conferma la sua crescita anche nel 2018, con un fatturato previsto di 82 miliardi di euro e un aumento dello 0,6% in termini reali rispetto all'anno precedente che consolida il trend positivo degli ultimi cinque anni (+1,3% nel 2017, +1,7% nel 2016, +0,7% nel 2015 e +1,4% nel 2014), trainato dall'incremento del traffico merci, dal continuo incremento delle vendite all'estero e dalla ripresa del PIL. Un settore dinamico, come testimoniano 40 operazioni di fusione e acquisizione censite nel solo biennio 2017-2018, che trova nuovo impulso dall'innovazione tecnologica, dalle startup e dall'attenzione alla customer experience da parte delle imprese.

Si diffondono infatti soluzioni di Logistica 4.0 che consentono di automatizzare alcune attività, raccogliere e trasmettere dati attraverso gli oggetti connessi e decentralizzare il processo decisionale: quasi un operatore del settore su due si aspetta un aumento della produttività, mentre il 37% prevede una maggiore visibilità sui processi e il 27% migliore tracciabilità. Sono ben 319 le startup di logistica finanziate a livello internazionale negli ultimi due anni: nuovi player che hanno realizzato piattaforme di incontro fra domanda e offerta di servizi logistici o offrono soluzioni hardware e software di supporto alle attività di trasporto e di magazzino. Ma l'innovazione interessa anche il customer service, che vede diffondersi nel b2b gli standard dell'eCommerce B2c, come alta velocità, frequenza di consegna e segmentazione del servizio, oltre a chat, analytics e soluzioni tecnologiche innovative.

Insieme ai volumi movimentati, dopo il vistoso calo degli anni precedenti soprattutto tra gli autotrasportatori, nella logistica conto terzi è tornato a crescere il numero di imprese attive: nel 2016 si contano poco più di 97mila operatori<sup>1</sup>, in aumento del 2,2% rispetto ai dodici mesi precedenti, particolarmente evidente tra corrieri e corrieri espresso (+11,6%) e gestori di magazzino (+3,4%). Mentre continua l'incremento dell'incidenza sul totale delle attività logistiche: nel 2016 ha l'outsourcing ha raggiunto una quota del 40,5%, per un valore di mercato (il fatturato diretto ai soli clienti) di 45,2 miliardi di euro (+8,3% in termini reali rispetto al 2009) su un valore complessivo del comparto logistico pari a 111,8 miliardi.

Sono alcuni risultati della ricerca dell'Osservatorio Contract Logistics “Gino Marchet” della School of Management del Politecnico di Milano\* ([www.contractlogistics.it](http://www.contractlogistics.it)) presentata questa mattina all'Auditorium MiCo durante il convegno “Customer Experience, Startup e 4.0: la Logistica spicca il volo”. “Dalla ricerca emerge il quadro di un settore in crescita per fatturato, volumi movimentati e numero di operatori, che trova nuovo impulso dalle startup, dall'ingresso nel comparto di soluzioni 4.0 e dalla crescente attenzione delle imprese per la customer experience - afferma **Marco Melacini**, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Contract Logistics -. Per evitare che l'innovazione si riduca all'investimento in nuove macchine e software, però, occorre sviluppare una visione chiara del processo logistico, rafforzare la collaborazione tra gli attori della filiera e allargare il livello di competenze degli operatori”.

“Il forte dinamismo del settore trova conferma nel grande numero di operazioni di M&A e nella costante

<sup>1</sup> Ultimi dati reali disponibili. Il numero comprende autotrasportatori, corrieri/corrieri espresso, gestori di magazzino, operatori logistici, spedizionieri, gestori di interporti/terminali intermodali, operatori del trasporto ferroviario e del trasporto combinato strada-rotai. Non sono inclusi operatori del trasporto aereo e marittimo

crescita dell'incidenza della logistica conto terzi, che ormai supera stabilmente il 40% del totale delle attività logistiche - afferma **Damiano Frosi**, Direttore dell'Osservatorio Contract Logistics -. Le direzioni di sviluppo intraprese dalle startup e la relazione stessa fra gli operatori tradizionali e le nuove imprese innovative possono diventare un'ulteriore leva competitiva. La strada per innovare passa da un mix di sviluppo interno e collaborazione con le nuove imprese”.

**La Logistica 4.0** - La rivoluzione dell'Industria 4.0 entra nella logistica introducendo nuovi sistemi di stoccaggio, movimentazione e trasporto in grado di automatizzare le attività, di raccogliere e trasmettere dati attraverso oggetti smart che comunicano fra loro e di aumentare il grado di autonomia delle macchine, decentralizzando il processo decisionale in molte attività logistiche.

Le prime soluzioni sono state introdotte nei sistemi di logistica di fabbrica, per poi estendersi alla logistica distributiva e migliorare attività di magazzino e trasporto. Ma la ricerca rivela come il principale effetto positivo delle tecnologie 4.0 sia la possibilità di integrare diversi sistemi, non solo all'interno del magazzino, ma lungo l'intera filiera. Quasi un operatore del settore su due (48%) si aspetta un aumento della produttività, oltre un terzo (37%) prevede una maggiore visibilità sui processi, il 27% immagina un miglioramento della tracciabilità dei prodotti e il 23% della sicurezza. Le principali criticità evidenziate dal campione, invece, sono legate ai tempi di ritorno dell'investimento in tecnologie 4.0 (35%), alla complessità di comunicazione tra sistemi informativi (23%) ed alla mancanza di competenze adeguate (21%).

“La Logistica 4.0 può spostare i confini nella relazione dell'outsourcing - afferma **Marco Melacini**, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Contract Logistics -. Al fornitore di servizi logistici è richiesto non solo un coinvolgimento esecutivo ma una sempre maggiore capacità di gestione e integrazione di sistemi complessi. Per coglierne appieno le opportunità, nei prossimi anni sarà necessario investire, da un lato, in strumenti che consentano di integrare soluzioni tecnologiche basate su sistemi informativi diversi e, dall'altro, nello sviluppo di competenze specifiche per la gestione di queste nuove soluzioni, lavorando in termini di formazione e attrazione di talenti da altre funzioni aziendali e settori”.

**I modelli di customer service** - L'approfondimento dell'Osservatorio Contract Logistics sul customer service nel settore logistico mostra un servizio ancora molto operativo e basato su strumenti tradizionali: quasi un'interazione su due (45%) riguarda richieste di informazioni e documenti e l'86% delle comunicazioni avviene ancora via e-mail, fax o telefono, così come il flusso di informazioni interno al fornitore per la risoluzione delle richieste ricevute (75%). Il customer Service del fornitore di servizi logistici, inoltre, interagisce prevalentemente con il committente (76% delle relazioni) e solo nel 38% dei casi comunica direttamente con il cliente finale. Per migliorare il servizio, i fornitori, da un lato, cercano la collaborazione con il committente per ridurre le richieste al customer service (58%), dall'altro intendono ridurre i costi di interfaccia con soluzioni informatiche (39%) e migliorare la velocità nella comunicazione con il committente (35%).

I committenti di servizi logistici sottolineano la necessità di migliorare la proattività nelle comunicazioni da parte del fornitore (77% dei rispondenti) e di aumentare la velocità di aggiornamento e risalita di informazioni e documenti (69). Circa il 30% dei committenti vorrebbe anche avere a disposizione strumenti di *Machine Learning* e *Data Mining* a supporto del customer service. Infine, il 38% concorda con i fornitori sulla necessità di una maggiore collaborazione da parte dei committenti al fine di ridurre le richieste.

“Si prospetta un cambio di paradigma per il customer service che può influire anche sulla relazione di outsourcing - commenta **Damiano Frosi**, Direttore dell'Osservatorio Contract Logistics - da interfaccia per la gestione delle anomalie a strumento per il miglioramento continuo della relazione e del processo logistico, con eventuale riconoscimento di questa attività a livello contrattuale”.

**Le startup** - L'Osservatorio ha censito 319 startup a livello internazionale che hanno ricevuto finanziamenti negli ultimi due anni per un totale di circa 5 miliardi di investimenti raccolti, tra cui 9 startup italiane con finanziamenti stimati di 1,5 milioni di euro. Tra le startup mondiali, il gruppo principale (110) è costituito da realtà che si propongono come nuovo player della logistica, riscuotendo un notevole interesse da parte degli investitori con 2,7 miliardi di finanziamenti. Il 70% di queste basa il modello di business sulla fusione tra l'offerta di un servizio logistico e lo sviluppo di un software cloud a supporto. Le soluzioni comprendono digitalizzazione dei flussi informativi, sistemi digitali per ottimizzare la gestione degli spazi nello stoccaggio e nei mezzi di trasporto, algoritmi di Big Data Analytics per la pianificazione dei trasporti e il tracking, l'analisi dei Big Data per la pianificazione dei giri e la stima dei tempi di spedizione nelle consegne urbane.

Il secondo gruppo di startup più numeroso e finanziato, 100 imprese per un totale di 1,6 miliardi di investimenti raccolti, propone piattaforme per l'incontro fra la domanda e l'offerta di servizi logistici. Quasi tre su quattro (74%) offrono piattaforme di trasporto che mettono in contatto aziende che hanno bisogno di spedire merci con autotrasportatori che dispongono di mezzi vuoti, inserendo servizi aggiuntivi come il matching automatico, il rating degli autotrasportatori, la gestione dei pagamenti e il tracking in tempo reale delle spedizioni. Alcune piattaforme estendono questa soluzione all'attività di stoccaggio (3% delle startup censite), mentre il restante 23% delle piattaforme coinvolge utenti non specializzati nell'attività di trasporto e di stoccaggio.

Un'ultima area di innovazione suggerita dalle startup riguarda lo sviluppo di soluzioni software (78 startup, per 373 milioni di dollari di finanziamenti) e hardware (31 startup, per 324 milioni di investimenti raccolti) a supporto delle attività di trasporto e magazzino. La soluzione software più diffusa fra quelle proposte dalle startup per migliorare il servizio logistico è il *Fleet Management*, seguita da *Supply Chain Visibility*, *Advanced TMS*, *Data Analytics* e *Inventory & Order Management*. Fra le soluzioni hardware, invece spiccano quelle di *Warehouse Robotics*, offerte da 12 startup e capaci di raccogliere l'85% dei finanziamenti destinati a questo gruppo di startup, che impiegano macchine automatiche nelle attività di raccolta e gestione dei colli all'interno dei magazzini, a cui spesso è affiancata una soluzione software per la programmazione delle istruzioni dei robot. Seguono le soluzioni di *Smart Vehicle*, *Smart Mailbox*, *Wearable Device* e *Packaging Solutions*.

\* L'edizione 2018 dell'Osservatorio Contract Logistics è realizzata in collaborazione con Assologistica e con il supporto di CEVA Logistics, CLO Servizi Logistici, Gruppo Codognotto, DHL Express, Energo Logistics Spa, FERCAM, GEODIS, OM Still, Jungheinrich Italiana, Logistica Uno, Number1 Logistics Group, Poste Italiane, San Marino Mail, STEF Italia, TESISQUARE®, Trasporti Romagna, World Capital Real Estate Group, Vodafone, Zeroquattro Logistica; Ambrosiano Group, BCUBE, Brivio & Viganò, BRT, CabLog, CAL - Servizi Logistici, CD Group, FATA Logistic System, D.B. Group, Installo, FLEXILOG - Servizi Logistici, GLS, Gulliver, Innocenti Depositi, Interporto Bologna, Italtrans, Linde Material Handling Italia, OPTIT, ORTEC, S.A.F.I.M - Logistic Group, S.I.LO - Gruppo CFT, Schenker Italiana, Silvano Chiapparoli Logistica, TimoCom, Transmec Group, Tuvia Italia (a member of Kerry Logistics), VIALTIS.

**Ufficio stampa Osservatori**  
**Digital Innovation Politecnico di Milano**

Barbara Balabio  
Tel.: 02 2399 9578  
email [barbara.balabio@osservatori.net](mailto:barbara.balabio@osservatori.net)  
Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/people/barbara.balabio)  
[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

**d'I Comunicazione:**

Piero Orlando  
[po@dicomunicazione.it](mailto:po@dicomunicazione.it)  
Mob.: 335 1753472

Marco Puelli  
[mp@dicomunicazione.it](mailto:mp@dicomunicazione.it)  
Mob.: 320 1144691

*La School of Management del Politecnico di Milano, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo dell'economia, del management e dell'industrial engineering che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consorzi. La Scuola ha ricevuto, nel 2007, il prestigioso accreditamento EQUIS. Nel 2009 è entrata per la prima volta nel ranking del Financial Times delle migliori Business School europee. Nel 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da AMBA. Dal 2015, la Scuola è membro di AACSB International. La Scuola è presente inoltre nei QS World University Rankings. Nel 2017, la School of Management è la prima business school italiana a vedere riconosciuta la qualità dei propri corsi erogati in digital learning nei master Executive MBA attraverso la certificazione EOCCS. La Scuola è membro PRME, Cladea e QTEM. Fanno parte della Scuola: il Dipartimento di Ingegneria Gestionale e il MIP Graduate School of Business che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master. Le attività della School of Management legate all'Innovazione Digitale si articolano in Osservatori Digital Innovation, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale, e Formazione executive e programmi Master, erogati dal MIP. Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale. Oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo. La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese. La mission è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di Innovazione Digitale in Italia. Le attività sono svolte da un team di quasi 100 tra professori, ricercatori e analisti impegnati su oltre 30 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data Analytics & Business Intelligence, Blockchain & Distributed Ledger, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, eCommerce B2c, eGovernment, Export, Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gestione Progettazione e PLM (GeCo), Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nell'Industria dello Sport, Internet Media, Internet of Things, Kids & Toys, Mobile B2c Strategy, Mobile Banking, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Tech Company - Innovazione nel Canale ICT.*