

School of Management - Politecnico di Milano
www.osservatori.net
www.contractlogistics.it

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Contract Logistics “Gino Marchet”

OMNICANALITÀ, TECNOLOGIE 4.0 E MAGAZZINI GREEN

LE SOLUZIONI DELLE IMPRESE PER UNA LOGISTICA PIÙ SMART E COLLABORATIVA

Dalle soluzioni 4.0 per la tracciabilità lungo la filiera, la mappatura 3D dei magazzini e le macchine connesse, ai nuovi modelli di collaborazione strategica fra committenti e fornitori logistici, passando per le ricariche ad alta frequenza e i carrelli con le batterie agli ioni di litio per ridurre l'impatto ambientale dei magazzini: le soluzioni innovative messe in campo dagli operatori logistici

Continua a crescere la logistica conto terzi in Italia: 84 miliardi il fatturato previsto nel 2018, +0,7% rispetto all'anno precedente, 84,5 miliardi la previsione per il 2019. L'outsourcing rappresenta il 41,7% delle attività logistiche complessive, per un valore di mercato di 47,5 miliardi

Treviso, 30 gennaio 2020 - Dalle tecnologie 4.0 che consentono la consegna a domicilio, la tracciabilità dei prodotti lungo l'intera filiera, la mappatura 3D dei magazzini e la comunicazione fra macchine e oggetti connessi senza l'intervento di un operatore ai nuovi modelli organizzativi basati sulla stretta collaborazione fra committente e fornitore logistico nella gestione dell'innovazione, passando per magazzini più flessibili e green, e strategie di omnicanalità che integrano i flussi logistici provenienti da tutti i canali online e fisici. Sono le soluzioni per una logistica più strategica, collaborativa e sostenibile che importanti realtà del settore hanno presentato questa mattina al convegno “*Ambiti di innovazione nella logistica: esperienze a confronto*” dell'Osservatorio Contract Logistics “Gino Marchet” della School of Management del Politecnico di Milano** (www.contractlogistics.it), che si è tenuto a Treviso presso il Best Western Premier BHR Treviso Hotel.

Il convegno ha confermato la forte attenzione alla Logistica da parte delle aziende del Veneto, che stanno affrontando le sfide dell'omnicanalità, della riduzione dell'impatto ambientale e dell'applicazione delle soluzioni di Industria 4.0 nel settore. Sono intervenuti molti manager della logistica di aziende attive sul territorio veneto, a testimonianza della capacità di innovazione del settore. Hanno partecipato ai lavori, fra gli altri, **Renzo Sartori** (Vicepresidente e Responsabile Rapporti con Università e Centri di Ricerca, Assologistica), **Giuseppe Bincoletto** (Vicepresidente, Assindustria Venetocentro), **Alessandro Badesso** (Sales Manager, Gruppo Basso), **Simone De Maria** (Material Handling Foreman Urus Assembly, Automobili Lamborghini) **Valentino Soldan** (Head of Logistics, Benetton Group), **Stefania Staccioli** (Head of Supply Chain and Purchasing, BSH), **Alessandro Santoni** (Responsabile Commerciale, CFG Servizi), **Fabio Orlandi** (Logistic Director, Coca-Cola Hellenic Bottling Company), **Zeno Pizzighella** (Employer Branding & Learning Development Manager, FIEGE), **Valter Moriondo** (Customer Service Manager Meals, Mondelez), **Nicola Negri** (Direttore Generale, Saviola Holding e Composad), **Paolo Ghezzi** (Head of Advanced application, STILL - Region Italy, Spain, Portugal), **Davide Zorrer** (Product Manager Digital & Safety Solutions, Jungheinrich Italiana), **Roberto Martinelli** (Real Estate Consultant Logistic & Industrial Department, World Capital Real Estate Group).

“Le soluzioni presentate questa mattina raccontano un settore in salute - le stime per il 2019 prevedono un fatturato della Contract Logistics a quota 84,5 miliardi di euro, in crescita anno su anno dal 2015 - con aziende capaci di intercettare i cambiamenti in atto e introdurre miglioramenti lungo l'intera filiera – afferma **Marco Melacini**, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Contract Logistics -. Uno dei trend emergenti è la diffusione di un modello organizzativo che affianca all'affidamento a un solo fornitore della maggior parte delle attività di logistica, trasporto e distribuzione, il suo coinvolgimento nella definizione e della gestione dell'innovazione. Un approccio strategico, in cui il fornitore viene scelto anche in base alla sua capacità di integrare i flussi informativi e di reagire e adattarsi alle esigenze di business, e collaborativo, perché committente e fornitore fanno innovazione insieme”.

“La crescente esigenza di omnicanalità e personalizzazione del processo logistico, la diffusione di app e soluzioni 4.0 che automatizzano alcune attività e l'attenzione alla sostenibilità stanno cambiando il ruolo e la configurazione dei magazzini - afferma **Damiano Frosi**, Direttore dell'Osservatorio Contract Logistics -. La tendenza è disegnare dei magazzini flessibili, con competenze più specializzate, e sfruttare tecnologie green affinché da spazi ad elevato dispendio energetico e rilascio di emissioni si trasformano in luoghi a impatto ambientale ridotto e capaci di produrre energia da riutilizzare lungo la filiera”.

Le soluzioni - Una delle tendenze rilevate dalle imprese del settore è il passaggio da un modello di “Commodity

Outourcing”, che prevede l’affidamento delle attività logistiche a diversi fornitori, a uno di “Strategic Outsourcing”, ossia la gestione della maggior parte o addirittura dell’intero processo logistico a un solo fornitore, che cresce più del mercato complessivo (+17,5% in otto anni), toccando quota 9,6 miliardi di euro su un valore totale del mercato logistico pari a 113,8 miliardi di euro. Si tratta di un approccio più strategico, perché irreversibile nel breve-medio periodo e quindi bisogna selezionare un fornitore in grado di adattarsi rapidamente alle esigenze del committente. Il vantaggio è che la gestione dell’innovazione diventa collaborativa, perché il fornitore partecipa al processo insieme al committente e più snella perché bisogna relazionarsi con un solo interlocutore. Una collaborazione più stretta che produce un confronto continuo nell’84% dei casi (almeno mensile nel 63%) e vantaggi dal punto di vista della riduzione dei costi (nel 5% dei casi), del miglioramento del servizio (25%), in entrambe le dimensioni (39%) e nella riduzione dell’impatto ambientale (2%).

L’approccio collaborativo emerge anche in attività come la selezione del personale, con il crescente ricorso ad agenzie per il lavoro per la gestione diretta dei lavoratori nelle fasi di reclutamento, formazione e primo inserimento delle risorse.

Il comportamento sempre più omnicanale degli utenti spinge le imprese a integrare la gestione di tutti i canali online e offline a disposizione. Cresce l’impiego di Transport Management Systems (TMS), software gestionali che consentono di pianificare le attività su tutti i canali attivi e intervenire rapidamente in caso di necessità, con conseguente risparmio di costi e miglioramento del servizio.

La diffusione di tecnologie digitali consente al fornitore logistico di espandere la gamma di servizi offerti. Le soluzioni 4.0 permettono, ad esempio, di personalizzare la consegna a domicilio con l’invio della foto di chi consegnerà il prodotto e di altre informazioni e di tracciare il prodotto in tempo reale lungo l’intera filiera. La Logistica 4.0 permette anche di integrare alcuni processi logistici e automatizzare alcune attività, utilizzando ad esempio etichette intelligenti e sensori che consentono alle macchine di comunicare fra loro senza l’intervento umano. Si diffondono, infine, applicazioni per la mappatura in 3D del magazzino per localizzare in tempo reale i mezzi e le merci senza scannerizzare i barcode e Mobile App che aiutano i trasportatori a gestire i flussi di trasporto, carico e scarico.

Verso magazzini più flessibili e green - La tendenza alla terziarizzazione sta modificando anche la progettazione dei magazzini, con le aziende che sempre di più preferiscono l’opzione “buy” (acquisto di un servizio logistico) all’opzione “make” (gestione interna dei processi logistici) sia quando si tratta di magazzini di stoccaggio (dal 60% attuale al 63% previsto nei prossimi anni) sia se si considerano i magazzini di prossimità (dal 67% al 78%). I depositi saranno sempre meno legati alla produzione (in calo dal 37% al 19% nei magazzini di stoccaggio e dal 36% al 18% in quelli di prossimità), mentre aumenterà l’importanza della disponibilità di manodopera (in crescita dal 10% al 23% per i magazzini di stoccaggio e dal 16% al 27% per i magazzini di prossimità). Crescerà l’utilizzo dei mezzanini soprattutto per rispondere ai bisogni dettati dall’automazione e da servizi avanzati: calerà dal 37% al 27% la percentuale di imprese che non li usa e aumenterà dal 38% al 44% l’uso di mezzanini removibili.

Sempre più operatori sono attenti alla sostenibilità energetica e ambientale. L’impiego di ricariche ad alta frequenza e di batterie agli ioni di litio (passato dall’1% del 2016 al 6% del 2018) consente di aumentare la resa, ridurre le perdite e diminuire i consumi nella fase di carica, per un -36% di risparmio totale sul consumo di energia elettrica e un altro -36% di risparmio di emissioni di CO₂. Come risultato, il numero di magazzini “Carbon Positive” (a elevato livello di emissioni e spreco energetico) scenderà dal 56% al 10%, i magazzini “Carbon Neutral” (a zero emissioni e sprechi) salirà dal 26% al 54% e raddoppierà la percentuale di magazzini capaci di generare energia per la rete distributiva (“Carbon Negative”, dal 19% al 36%).

** L’edizione 2019 dell’Osservatorio Contract Logistics è realizzata in collaborazione con Assologistica e con il supporto di CEVA Logistics, CLO Servizi Logistici, Gruppo Codognotto, Ergo Logistics Spa, FERCAM, GEODIS, Gi Group, Honeywell, Jungheinrich Italiana, Kairos Rainbow, Logistica Uno, Number1 Logistics Group, Poste Italiane, San Marino Mail, STEF, Still, TESISQUARE®, Vodafone, World Capital Real Estate Group; Alpega, Ambrosiano Group, Arcese, BCUBE, Brivio & Viganò, Cab Log, CAL - Servizi Logistici, CD Group, Connect Hub, DB Group, DHL, FATA Logistics Systems, Flexilog, Getac, GLS Corriere Espresso, Gulliver, Innocenti Depositi, Interporto Bologna, Italtrans, KFI, Linde, Mutilogistics, Optit, Ortec, Panalpina, Safim, DB Schenker, Shippeo, Silvano Chiapparoli Logistica, Timocom, Transmec Group, Trasporti Romagna; Engel&Volkers Commercials, Engineering 2K S.p.a.; Assa AbloyClick, Gruppo Basso, Incas, Synthesis, Trilux.

Ufficio stampa Osservatori
Digital Innovation Politecnico di Milano

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

d'I Comunicazione:
Piero Orlando
po@dicomunicazione.it
Mob.: 335 1753472

Marco Puelli
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 consortili. 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 40 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data & Business Analytics, Blockchain & Distributed Ledger, Business Travel, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Contract Logistics, Digital B2b, Digital Content, Digital Identity, Digital Thinking for Business, Digital Transformation Academy, Droni, eCommerce B2c, eGovernment, Export Digitale, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, Gioco Online, HR Innovation Practice, Industria 4.0, Information Security & Privacy, Innovative Payments, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nel Turismo, Innovazione Digitale nelle PMI, Internet Media, Internet of Things, Kids & Toys, Mobile B2c Strategy, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart & Connected Car, Smart Agrifood, Smart Working, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Tech Company - Innovazione del Canale ICT.