

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Contract Logistics “Gino Marchet”

NEL 2020 CALA IL FATTURATO DELLA CONTRACT LOGISTICS: 77,8 MLD DI EURO, -9,3%

IL COVID ACCELERA L’INNOVAZIONE DI SETTORE E CAMBIA LE PRIORITÀ DEI MANAGER LOGISTICI

Durante il lockdown crolla il fatturato delle imprese logistiche per la maggior parte dei settori e dei canali di vendita (tranne e-commerce, food e healthcare). Ma a partire da giugno il settore segna una robusta ripresa, con un +6% dei volumi rispetto allo stesso periodo del 2019

Il Covid cambia le priorità dei manager logistici: resilienza del sistema logistico-produttivo, digitalizzazione, sicurezza e semplificazione dei flussi

L’emergenza non ferma l’innovazione del settore: 501 startup logistiche nel mondo (+57% rispetto al 2018), raccolti 9,56 miliardi di dollari di finanziamenti (+92%)

Nel 2018 la logistica conto terzi vale 49,3 miliardi di euro (+2,8% sul 2017) e rappresenta il 42,4% delle attività logistiche in Italia. La Strategic Contract Logistics tocca quota 10,3 miliardi. Sono 89mila le imprese logistiche attive, -8,8%

Milano, 10 novembre 2020 - Nel 2020 si attende un calo del 9,3% del mercato della Contract Logistics, a causa della riduzione dell’export e del traffico merci dovute alle restrizioni imposte dall’emergenza Covid, con un fatturato previsto di 77,8 miliardi di euro. La pandemia ha avuto un impatto anche sulle operazioni di fusione e acquisizione nel settore: delle 92 operazioni concluse fra il 2015 e il 2020, che hanno coinvolto fornitori di logistica internazionale (nel 34% dei casi) e nazionale (66%), solo 9 hanno avuto luogo quest’anno, contro le 16 del 2019, ed è calato notevolmente il fatturato delle aziende acquisite, pari a 100 milioni di euro contro i 500 milioni dell’anno precedente. Una forte contrazione che però non è stata omogenea durante l’anno, registrando un crollo dei volumi durante la quarantena per la maggior parte dei settori e dei canali di vendita, eccetto l’e-commerce e i settori Food e Healthcare, e una robusta ripresa a partire da giugno, quando i volumi sono aumentati del 6% rispetto allo stesso periodo del 2019.

Le imprese della logistica hanno reagito positivamente all’emergenza, grazie alla capacità dei manager logistici di riconfigurare velocemente le reti di distribuzione e alla condivisione di asset lungo la filiera. Le criticità emerse, come la sicurezza dei lavoratori, la necessità di rafforzare la distribuzione locale per far fronte al boom dell’e-commerce e di potenziare il trasporto intermodale, sono state trasformate nelle priorità su cui intervenire nel 2021, che vedono ai primi posti la maggior flessibilità e resilienza del sistema logistico (per il 62% dei manager), la digitalizzazione dei processi (50%), la sicurezza di tutti gli operatori lungo la filiera (38%) e la semplificazione della gestione dei flussi logistici (27%).

Nonostante la pandemia, la spinta all’innovazione nel settore non si è fermata, ma è persino aumentata: sono 501 le startup a livello internazionale che forniscono soluzioni hardware o software per la logistica, nuovi servizi innovativi per quanto riguarda l’area geografica servita, le attività o le tecnologie impiegate, o piattaforme che incrociano domanda e offerta di servizi logistici (+57% rispetto al 2018), per un finanziamento complessivo pari a 9,56 miliardi di dollari (+92%).

L’emergenza sanitaria ha interrotto un trend di crescita pluriennale del settore, che nel 2019 aveva raggiunto un fatturato previsto pari a 86 miliardi di euro, +0,8% in termini reali sul 2018, e a 84,8 miliardi nei dodici mesi precedenti, +1,6% rispetto al 2017. La crescita del 2018 è trainata dai grandi operatori, che mostrano un incremento del 3,6%, mentre la redditività cala dal 3,9% al 3,6%. A incidere è anche la spinta della logistica in outsourcing, che raggiunge un valore di 49,3 miliardi di euro (+2,8%)¹ e rappresenta il 42,4% delle attività logistiche in Italia, complessivamente pari a 116,4 miliardi. La *Strategic Contract Logistics*, cioè l’esternalizzazione di una parte rilevante del processo logistico a un unico fornitore, cresce più del mercato complessivo (+26,2% dal 2009 contro il +16,6% del mercato della Contract Logistics), toccando quota 10,3 miliardi di euro. Nel 2018 sono 89mila le aziende che operano nella logistica conto terzi, in calo dell’8,2%; la maggior parte sono autotrasportatori (68mila, -8,8%), poi gestori di magazzino (4.400), spedizionieri (2.200, -2,5%) e operatori logistici (900, -9,2%); crescono solo i corrieri (+4,4%).

Sono alcuni risultati della ricerca dell’Osservatorio Contract Logistics “Gino Marchet” della School of Management del Politecnico di Milano* (www.contractlogistics.it) presentata oggi durante il convegno online “Contract Logistics: dall’emergenza le basi per un nuovo futuro” e che ha visto la partecipazione di quasi 2.000

¹ Tale dato è frutto del fatturato complessivamente generato dagli operatori della logistica conto terzi (pari a 84,8 miliardi di €) al netto del valore del subappalto (stimato pari a 35,5 miliardi di €).

manager della logistica.

“L’emergenza Covid19 ha messo a dura prova i sistemi logistici di committenti e fornitori di servizi logistici, provocando un forte calo del fatturato non completamente compensato dalla robusta ripresa estiva, che interrompe il trend di crescita registrato fino al 2019 - afferma **Marco Melacini**, Responsabile scientifico dell’Osservatorio Contract Logistics -. Ma ha anche riportato la logistica al centro delle strategie aziendali, evidenziando la resilienza del settore, capace di reggere l’urto della pandemia e operare anche in condizioni difficili. E, soprattutto, non si è fermata la spinta all’innovazione, con l’ingresso sul mercato di tanti nuovi attori e soluzioni innovative capaci di attirare molti più finanziamenti rispetto al passato e molte aziende che stanno cambiando passo nel loro percorso di digitalizzazione dei processi logistici”.

“La logistica ha reagito a molto positivamente all’emergenza grazie ad alcune caratteristiche fondamentali - afferma **Damiano Frosi**, Direttore dell’Osservatorio Contract Logistics -: la capacità di prendere decisioni e implementarle in tempi rapidi, la flessibilità operativa e strategica, la capacità di collaborazione fra gli attori dei diversi stadi della filiera e tra committente e fornitore di servizi logistico”.

La reazione al Covid19 - La logistica è stata uno dei settori più sollecitati dall’emergenza e ha risposto positivamente. Uno dei suoi punti di forza è stata la capacità gestionale dei manager logistici, che hanno saputo prendere decisioni rapide e hanno creato delle task force per gestire efficacemente i flussi. Fondamentale è stato l’apporto dell’outsourcing, che ha consentito un rapido adeguamento della capacità operativa, spostando personale da comparti fermi ad altri con picchi di domanda, e ha aiutato a riconfigurare velocemente il network logistico, aprendo nuovi depositi e spostando grandi quantità di merce. Si sono diffusi anche il trasporto intermodale strada-ferrovia e la condivisione di asset provenienti da altri settori bloccati durante il lockdown.

“Il modello della Logistica conto terzi si è rivelato un punto di forza e il Covid-19 sta amplificando gli elementi di cambiamento già in atto - afferma **Elena Tappia**, Direttore dell’Osservatorio Contract Logistics -: nella gestione dei magazzini, ad esempio, c’è una maggiore attenzione all’organizzazione dei fornitori di servizi logistici, lo sviluppo di realtà strutturate con competenze HR sempre più sviluppate e la ricerca di una maggiore visibilità reciproca tra committente e fornitore”.

L’emergenza ha mostrato alcune fragilità del settore su cui sono necessari investimenti e miglioramenti per rendere il settore più resiliente. Il boom dell’e-commerce e i cambiamenti delle tradizionali tratte di consegna delle merci hanno confermato la necessità di rafforzare la distribuzione locale. La crescita della domanda ha evidenziato anche i limiti riguardo al trasporto intermodale che dovrà essere potenziato. È cresciuta, infine, la consapevolezza dell’importanza della digitalizzazione dei processi e della visibilità della supply chain.

L’agenda 2021 - Nel corso degli ultimi mesi, l’attenzione dei manager logistici si è spostata dalla necessità di garantire il servizio, nella fase più acuta della pandemia, all’analisi delle criticità emerse, dei meccanismi organizzativi da ripensare e alla progettazione di nuove soluzioni. Per il 2021 la priorità sarà lavorare ad azioni mirate a una maggior resilienza del sistema logistico in termini di capacità di adattamento a nuovi contesti, indicata dal 62% del campione analizzato, seguita dall’introduzione di soluzioni per la digitalizzazione dei processi (50%), con particolare attenzione ai Big Data Analytics, per un miglior monitoraggio delle attività aziendali e dei processi di filiera. Cresce anche l’attenzione per la sicurezza dei lavoratori (38%) e per la semplificazione della gestione dei flussi logistici (27%), raggiungibile anche con la revisione e digitalizzazione di alcuni processi.

La trasformazione degli immobili logistici - L’emergenza sta influenzando anche la trasformazione degli immobili logistici, con modalità diverse a seconda della tipologia di magazzino (magazzino di stoccaggio, di fabbrica e di distribuzione, di prossimità con stock o senza stock, fulfilment center in aree urbane). Aumentano la complessità dei network logistici, con il 47% del campione coinvolto nella ricerca che utilizza tutte e quattro le tipologie di magazzino, e la capillarità, con il 40% che dichiara una crescita dei magazzini di prossimità e dei centri di smistamento. Il Covid19 spinge lo sviluppo dell’ultimo miglio, si trasformano i magazzini di prossimità e di smistamento e nascono i micro-fulfilment center, dove le operazioni di prelievo sono automatizzate e integrate con il trasporto nell’ultimo miglio, mentre crescono l’esigenza di una strategia omnicanale e l’attenzione alla sostenibilità dei magazzini anche attraverso il ricorso all’automazione.

L’Osservatorio ha mappato 2,8 milioni di metri quadrati di magazzini, rilevando che i nuovi immobili logistici sono sempre più vicini a diventare carbon neutral, cioè a zero emissioni di anidride carbonica. La differenza di emissioni fra i magazzini progettati più di dieci anni fa e i nuovi immobili o quelli sottoposti a rinnovamento

è risultata pari al 60%.

Le startup logistiche - Le direzioni di sviluppo intraprese dalle startup sono di forte interesse per gli operatori tradizionali: nel perseguire l'innovazione le imprese esistenti seguono diverse strategie, quali l'acquisizione di startup già consolidate, la creazione di una startup propria / lo sviluppo di una soluzione interna oppure il finanziamento di startup non appartenenti al proprio gruppo/organizzazione.

Sono 501 le startup logistiche censite a livello internazionale dall'Osservatorio, in crescita del 57% rispetto al 2018, per un finanziamento complessivo pari 9,56 miliardi di dollari, quasi il doppio dell'anno precedente (+92%). Le startup più finanziate sono i fornitori di soluzioni hardware per le attività logistiche (85, +174%), con 3,28 miliardi di dollari raccolti (+913%), e i nuovi player della logistica che offrono servizi logistici innovativi in termini di area geografica, attività o tecnologie (160 startup, +45%), con quasi 3 miliardi di investimenti raccolti (+12%). Le più numerose sono le nuove imprese che sviluppano software per la gestione dei flussi logistici, con 168 startup nel 2020 (+115%), che hanno ricevuto 1,86 miliardi di dollari (+400%). Calano del 10%, invece, sia come numero sia come finanziamenti le piattaforme che incrociano domanda e offerta di servizi logistici (85 startup, 1,42 miliardi di dollari raccolti).

Fra i nuovi player della logistica, il 65% offre soluzioni per la distribuzione nell'ultimo miglio, proponendo la consegna a domicilio in nuovi settori come il farmaceutico e sperimentando servizi di ritiro e consegna a basso impatto ambientale attraverso mini-cassoni e bici elettriche, l'impiego di droni per il trasporto o di soluzioni automatizzate con la creazione di micro-fulfillment center. Il 29% propone soluzioni basate sulla digitalizzazione e l'integrazione delle informazioni fra i diversi attori coinvolti, sul modello Physical Internet, che prevede flussi modulari e la decentralizzazione delle decisioni, e sulla condivisione di mezzi di trasporto, spazi di stoccaggio e suolo pubblico.

Le piattaforme incrociano prevalentemente la domanda e l'offerta di servizi di trasporto e stoccaggio, confrontando le alternative disponibili e selezionando la migliore attraverso algoritmi che analizzano parametri quali il mezzo utilizzato, la distanza dal punto di spedizione, il volume e il peso del collo da trasportare. Stanno esplorando nuovi ambiti applicativi, quali la gestione e movimentazione di container vuoti, il trasporto intermodale, o l'identificazione di aree di sosta per mezzi pesanti.

La maggior parte dei fornitori di software offre soluzioni di Supply Chain Visibility (65 startup) e Inventory e Order Management (35 startup), che insieme raccolgono 460 milioni di dollari di finanziamenti.

Le nuove frontiere delle startup specializzate in soluzioni hardware riguardano soprattutto i veicoli smart (31 startup) e la robotica di magazzino (21), che insieme rappresentano il 61% delle startup di categoria e hanno ricevuto il 97% dei finanziamenti hardware (3,18 miliardi di dollari).

I Big Data Analytics nella logistica - I Big Data Analytics durante l'emergenza hanno aiutato le imprese a reagire alle difficoltà, accelerando i tempi di adozione delle tecnologie e consentendo di reinventare i processi, soprattutto per quanto riguarda la gestione delle scorte e la previsione della domanda. Nella logistica possono trovare applicazioni nelle attività di magazzino, di trasporto e nei processi di filiera. Sono tre le funzionalità principali delle applicazioni di Big Data Analytics che possono migliorare i processi logistici: *Descriptive* è la capacità di descrivere il processo analizzato, monitorarne l'andamento e identificarne le cause; *Predictive* è la funzionalità in grado di prevedere l'andamento di una variabile di interesse nel tempo; *Prescriptive*, infine, è la capacità di dare supporto a chi si gestisce una particolare attività fino a poterlo sostituire all'occorrenza.

*L'edizione 2020 dell'Osservatorio Contract Logistics è realizzata in collaborazione con Assologistica e con il supporto di Assoram, The Adecco Group, CEVA Logistics, CLO Servizi Logistici, Gruppo Codognotto, Energo Logistics Spa, FERCAM, GEODIS, Gi Logistics, Gruber Logistics, Italtrans, Jungheinrich Italiana, Logistica Uno, Man Hand Work, Number1 Logistics Group, Panalpina, Poste Italiane, San Marino Mail, STEF Italia, TESISQUARE®, Timocom, World Capital Real Estate Group, Vodafone; AdriLog, Alpega, Ambrosiano Group, Arcese, BCUBE, Brivio & Viganò, CabLog, CAL - Servizi Logistici, CD Group, CGS Logistics Engineering, Connect Hub, FATA Logistic System, D.B. Group, Farmalog, FIEGE, FLEXILOG - Servizi Logistici, GLS, Gulliver, Innocenti Depositi, Interporto Bologna, KFI, Linde Material Handling Italia, OPTIT, ORTEC, Project44, Rekeep, S.A.F.I.M - Logistic Group, DB Schenker Italiana, Silvano Chiapparoli Logistica, TIESSE, Trasporti Romagna, Kontractor, Engel&Volkers Commercial, Engineering 2K S.p.A.; e con il patrocinio di Assa Abloy, Incas, Trilux.

Ufficio stampa School of Management del
Politecnico di Milano

Barbara Balabio

d'I Comunicazione:

Piero Orlando
po@dicomunicazione.it

Tel.: 02 2399 9545
email barbara.balabio@osservatori.net
Skype [barbara.balabio](https://www.skype.com/people/barbara.balabio)
www.osservatori.net

Mob.: 335 1753472

Marco Puelli
mp@dicomunicazione.it
Mob.: 320 1144691

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 oltre 100 tra professori, ricercatori e analisti impegnati su più di 40 differenti Osservatori che affrontano i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione: 5G & Beyond, Agenda Digitale, Artificial Intelligence, Big Data & Business Analytics, Blockchain & Distributed Ledger, Business Travel, Climate Finance, Cloud Transformation, Cloud nella PA, Connected Car & Mobility, Contract Logistics "Gino Marchet", Cybersecurity & Data Protection, Design Thinking for Business, Digital B2b, Digital Content, Digital Identity, Digital Transformation Academy, Droni, eCommerce B2c, eGovernment, Export Digitale, Fintech & Insurtech, Food Sustainability, HR Innovation Practice, Industria 4.0, 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, Mobile B2c Strategy, Multicanalità, Omnichannel Customer Experience, Professionisti e Innovazione Digitale, Smart AgriFood, Smart Working, Space Economy, Startup Hi-tech, Startup Intelligence, Supply Chain Finance, Sustainable & Digital Beauty, Tech Company - Innovazione del Canale ICT.