

LOGISTICA UNA FILIERA ITALIANA

Un settore che vale 110 miliardi, il 7% del Pil,
ma ancora scollegato dall'industria.
Serve un patto per facilitare l'export

di **Isidoro Trovato**

Se i giganti mondiali del retail investono sempre più in logistica, un motivo ci sarà. In Italia il valore del settore è di 110,8 miliardi, circa il 7% del Pil. E il comparto della contract logistics (conto terzi) ne vale circa 80, con una crescita rispetto all'anno precedente dell'1,8% in termini reali.

Un dato che consolida il trend positivo degli ultimi quattro anni grazie all'aumento del traffico merci, al continuo incremento delle vendite all'estero e a una decisa ripresa del Pil mondiale.

In questo contesto si affermano nuove tecnologie green in grado di offrire benefici sia economici, sia ambientali. Ma si presentano anche i problemi classici di un cambio tecnologico epocale: per esempio la riconfigurazione della gestione dell'ultimo miglio e del punto vendita. L'innovazione fa crescere l'interesse degli operatori per il sistema digitale e per le «logistics app», sempre più utilizzate per sfruttare opportunità come il postino intelligente, il calcolo del tempo di arrivo previsto in real time, l'integrazione con le tecnologie digitali e le chat tra driver e back-office.

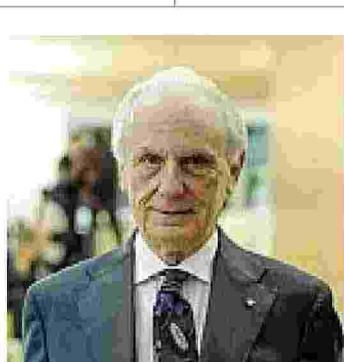
L'evoluzione

Oggi però la logistica deve essere valutata non solo sotto il profilo delle quantità movimentate, ma sotto quello del valore stesso delle attività, che spesso costituiscono una parte rilevante del valore della merce. Un meccanismo che il mondo industriale sembra aver finalmente compreso. Del resto, la produzione italiana — mano a mano che aumenta di valore — deve farsi carico anche delle attività di trasferimento a destino della merce. Temi emersi anche nella seconda edizione di Shipping, Forwarding & Logistics meet Industry svoltasi qualche giorno fa a Milano. «La logistica è un fattore critico di suc-

cesso - conferma Riccardo **Fuochi**, presidente del The International Propeller Clubs of Milan - Con l'impatto delle nuove tecnologie, gli ordini just in time sono una realtà e necessitano tempi di evasione e monitoraggio in tempo reale. Bisogna ripensare totalmente le modalità del trasporto, delle spedizioni e della gestione del magazzino per soddisfare le esigenze della Fabbrica 4.0».

Il dilemma

L'evoluzione delle esigenze legate alla consegna al consumatore finale pone gli operatori logistici di fronte al dilemma dell'ultimo miglio, ossia scegliere se seguire l'evoluzione delle esigenze dei committenti, rischiando di frazionare i flussi logistici con potenziali inefficienze nell'esecuzione del processo, oppure concentrarsi su alcuni servizi su cui è possibile raggiungere forti economie di scala, ma soddisfacendo solo parzialmente le richieste del mercato. «Anche in Italia ormai la ripresa è partita — ribadisce Betty Schiavoni, presidente associazione spedizionieri e autotrasportatori, — La crescita del Pil nel 2017 è stata del-



Economia del mare

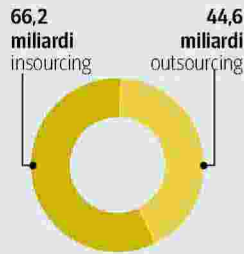
Riccardo **Fuochi**, presidente del The International Propeller Clubs of Milan

l'1,5% è sempre e l'export nei primi nove mesi del 2017 ha raggiunto i 331 miliardi. Alla luce di questi dati è necessario riaffermare la necessità di un nuovo rapporto tra il nostro settore, della logistica delle spedizioni e dei trasporti e quello dell'industria. In particolare i prodotti italiani sono famosi nel mondo per il loro appeal, per il design ed anche per la loro qualità. Eppure, spesso le nostre merci vengono deviate su altri paesi europei. A mio avviso occorre riportare in mani tutte italiane l'intera filiera della logistica».

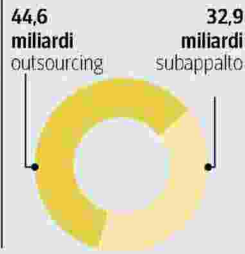
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Traffico merci: i numeri

Valore delle attività logistiche in Italia (committenti):



Fatturato delle aziende logistiche (fornitori):



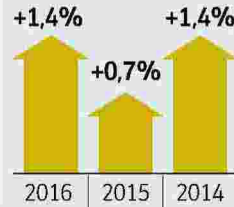
Numero aziende logistiche:

95.300

Aumento della durata media dei contratti:

da 2,2 a 3,8 anni (contratti di magazzino, trasporto e distribuzione)

Miglioramento del settore logistica nell'ultimo triennio



centimetri

