

# TRASPORTARE OGGI

Data: 24.08.2021 Pag.: 68,69,70,71  
Size: 4347 cm2 AVE: € .00  
Tiratura:  
Diffusione:  
Lettori:



focus furgoni

MERCATO IL VAN AL TEMPO DEL COVID

## Il primo embrione di una logistica

# scatenata

Con la crisi sanitaria gli italiani hanno imparato ad apprezzare l'e-commerce e, in generale, le consegne a domicilio, dando vita a una situazione nuova che vede il veicolo commerciale **assoluto protagonista**

DI FERRUCCIO VENTUROLI

**S**e c'è un fenomeno che più racchiude i cambiamenti sociali degli ultimi anni, quello non può essere che l'esplosione dell'e-commerce. E con lui quella della logistica in generale e delle consegne dell'ultimo miglio. Secondo il report "eCommerce B2c: la chiave per ripartire" del Dipartimento di Ingegneria

Gestionale del Politecnico di Milano, da gennaio a maggio 2020 si contano 2 milioni di nuovi consumatori online in Italia, per un totale di 29 milioni. Di questi, 1,3 milioni sono quelli da attribuire alle conseguenze causate dalla crisi del Covid-19 (stime Netcomm). In particolare, se da un lato è aumentato il valore degli acquisti online di prodotto (+31% per un

valore di +5,5 miliardi di euro in 12 mesi), dall'altro si è registrato un calo decisivo dei servizi (-47%) legato soprattutto alla crisi dei settori turistici. In particolare, secondo il report, "dei 5,5 miliardi di euro di incremento totale, 1,1 miliardi sono realizzati dal Food&Grocery, 1 miliardo dall'Informatica ed elettronica di consumo e 700 milioni dall'Abbigliamento".

# TRASPORTARE OGGI

Data: 24.08.2021 Pag.: 68,69,70,71  
Size: 4347 cm2 AVE: € .00  
Tiratura:  
Diffusione:  
Lettori:



L'e-commerce ha portato a una estrema parcellizzazione delle consegne, con un conseguente aumento della quantità di veicoli nei centri urbani.

Eppure oggi, essendo il furgone il primissimo embrione di una logistica scatenata e in continua evoluzione, è diventato un prodotto di punta che contribuisce anche a tenere alto il fatturato dei Costruttori.

## L'ESPLOSIONE DELL'ULTIMO MIGLIO

Allora la logistica urbana cambia rapidamente: se da un lato si diffondono nuovi modi di distribuzione delle merci, con un aumento e una parcellizzazione delle consegne, ma anche con l'ideazione di punti di ritiro, di consegne notturne o di quelle su appuntamento, dall'altro una crescente attenzione al tema della sostenibilità pone l'accento sull'importanza di mezzi di trasporto a basse emissioni e sulla necessità di ridurre l'impatto ambientale attraverso strategie

Nell'ultimo report sul trasporto merci in Europa e in Italia di ANFIA, si registra come la quota delle vendite online sul totale delle vendite al dettaglio è passata dal 16% del 2019 al 19% nel 2020. Dunque, il mondo del trasporto e della logistica urbana è stato attraversato da cambiamenti che possono tranquillamente definirsi epocali. Oggi è la

consegna a domicilio, effettuata principalmente dalla rete di corrieri; a farla da padrone è allora il furgone, il veicolo commerciale leggero, la furgonetta, un mezzo che, proprio perché "da lavoro" era, fino a poco tempo fa, quasi bistrattato e comunque tenuto, nella considerazione delle Case, ben lontano dai prodotti più da "vetrina", come le automobili.

# TRASPORTARE OGGI

Data: 24.08.2021 Pag.: 68,69,70,71  
Size: 4347 cm2 AVE: € .00  
Tiratura:  
Diffusione:  
Lettori:



**MERCATO IL VAN AL TEMPO DEL COVID**

**Focus furgoni**

strutturali che prevedano la riduzione di costi e inefficienze. Una delle conseguenze più evidenti dell'impatto dell'e-commerce sul trasporto merci è la nascita di una vera e propria *city logistics* che cerca di elaborare soluzioni migliorative della distribuzione delle merci in città. Tra queste soluzioni, la diffusione di veicoli commerciali elettrici o ibridi che, grazie al loro basso impatto ambientale e acustico, garantiscono l'accesso alle zone a traffico limitato e le consegne notturne. Anche dal punto di vista infrastrutturale l'ambiente urbano è destinato a cambiare. Se da un lato, infatti, questi nuovi mezzi richiedono un numero sempre maggiore di infrastrutture di ricarica adeguate, dall'altro si vanno diffondendo pratiche di "intermodalità" cittadina, mediante uso, per esempio, di veicoli leggeri e cargo-bikes. La nuova frontiera della distribuzione urbana si muove anche verso la creazione di hub logistici "last mile" posti ai confini dei centri urbani che fungono da snodo logistico per la distribuzione delle merci, e l'adozione di delivery points, cioè punti di raccolta e smistamento merci facilmente raggiungibili sia dai fornitori di prodotti sia dai clienti che li hanno acquistati.

## CAMBIAMENTO TANGIBILE ED EPOCALE

Dunque il cambiamento è vero, è tangibile ma, inevitabilmente insieme a cose buone c'è anche un rovescio della medaglia: per esempio quello dei

Chi paga i costi della logistica? Attualmente c'è una grande confusione e si rischia che i costi ricadano sull'anello più debole della catena, l'autista o, peggio, il padroncino.



10



## CHE NE PENSA UN GRANDE COSTRUTTORE

Parlando di logistica e di evoluzione dei veicoli commerciali non si può non sentire, in proposito, anche il rappresentante di un grande costruttore, a maggior ragione di un Costruttore che ha fatto, negli anni, del suo veicolo commerciale, il Daily, un vero best seller, anche al di là dei confini nazionali.

Allora, come è cambiato con la crisi sanitaria, il modo di intendere il furgone, lo chiediamo a Massimo Revetria, che di IVECO è Head of Business Line Light del Mercato Italia.

"La crisi sanitaria - risponde Revetria - ha sicuramente accelerato dei trend che già si erano manifestati negli anni precedenti. Sempre di più il consumatore si rivolge a servizi di consegna a domicilio e anche l'e-commerce sta crescendo in modo esponenziale. Inoltre, i piani di incentivi, l'Industria 4.0, il rifinanziamento della legge Sabatini e gli investimenti pubblici stanno favorendo un'importante crescita anche del settore dei veicoli commerciali.

La forza del Daily è sempre stata proprio quella di mutare per poter soddisfare le più svariate esigenze di utilizzo, rimanendo sempre fedele al proprio DNA: la robustezza data dal telaio a longheroni, la maneggevolezza e la sicurezza garantite dalla trazione posteriore".

In che modo i cambiamenti legati all'esplosione dell'e-commerce, all'aumento delle consegne, hanno interferito o interferiscono nella progettazione di un nuovo veicolo, in particolare del Daily?

"Come ho detto prima - riprende Revetria - noi cerchiamo di adattarci al cambiamento. Abbiamo notato che stanno emergendo tre tendenze fondamentali, la prima è che le vendite online promuovono la crescita della logistica dell'ultimo miglio, la seconda è che le pratiche di telelavoro e le funzioni predittive basate su algoritmi incoraggiano sempre più persone ad acquistare veicoli connessi e la terza è il passaggio a un'economia più sostenibile, che accende l'interesse per i carburanti alternativi e i veicoli a emissioni ridotte, come i nostri, che stanno rapidamente sostituendo quelli di vecchia generazione. Il nuovo Daily soddisfa i requisiti

di ogni tipo di mission, perché è stato progettato sulla base dei bisogni del cliente e dei trend di mercato.

Questi indubbi cambiamenti nel trasporto e nella logistica, porteranno a rivedere la suddivisione dei segmenti e quindi le soluzioni progettuali e le scelte di marketing?

"IVECO arriva con la risposta giusta al momento giusto. La nostra risposta - dice sempre Massimo Revetria - è il nuovo Daily. Infatti, il mondo dell'edilizia è in forte sviluppo, come possiamo vedere ogni giorno sulle nostre strade, e sono previsti altri piani di incentivi e investimenti pubblici che favoriranno ulteriormente questa crescita. Anche la distribuzione specializzata è in trend positivo, una situazione data anche dallo sviluppo del noleggio. Non solo, la catena del freddo è in crescita, con normative sempre più stringenti, ed è stimolata dal boom della spesa online. Proiettandoci nel futuro, possiamo infine contare sulla nostra leadership nelle trazioni alternative".

La nuova situazione di aumento dei veicoli in ambito urbano, sta portando verso scelte di motorizzazioni alternative, in particolare elettriche, in generale meno inquinanti. IVECO come si pone a questo proposito?

"Sostenibilità e tecnologia sono i cardini su cui si fonda la nostra esperienza. IVECO - conclude Revetria - è leader europeo delle trazioni alternative e, anche nel caso della gamma leggera, la nostra attenzione è costantemente rivolta alle esigenze di mercato e ai requisiti della decarbonizzazione. Al momento posso dire che stiamo lavorando al Daily elettrico, che coniugherà tradizione, tecnologia e innovazione. Per il resto, continueremo a offrire soluzioni sostenibili con i nostri veicoli alimentati a trazione alternativa".

# TRASPORTARE OGGI

Data: 24.08.2021 Pag.: 68,69,70,71  
Size: 4347 cm2 AVE: € .00  
Tiratura:  
Diffusione:  
Lettori:



"I piani di incentivi, l'Industria 4.0, il rifinanziamento della legge Sabatini e gli investimenti pubblici - ha detto Massimo Ravetia - stanno favorendo un'importante crescita anche del settore dei veicoli commerciali".

## SOSTENIBILITÀ ECONOMICA, AMBIENTALE E SOCIALE

Si dice che chi si occupa di logistica deve lavorare su tre dimensioni: la sostenibilità ambientale e su questo tutti i costruttori stanno lavorando per lo sviluppo di nuovi modelli e di nuove motorizzazioni. Abbiamo esempi lodevoli di economia circolare nella produzione; ci sono cioè dei Costruttori che in fase di realizzazione del veicolo prevedono anche la circolarità del riutilizzo dei materiali utilizzati. Quindi dal punto di vista ambientale, credo che ci sia una consapevolezza e anche degli investimenti che ci porteranno alla decarbonizzazione del settore. A nostro giudizio, però ci sono delle tematiche di sostenibilità economica e sostenibilità sociale che sono due punti sui quali c'è grande necessità di lavorare. In sostanza, ecco la seconda domanda che viene da porci: chi paga i costi, in tutti i sensi, della logistica? Perché la sostenibilità economica implica che a fronte di un servizio ci deve essere sempre un corrispettivo cioè deve esserci qualcuno che paga per la consegna, perché l'impressione è che si scarichino i costi sempre sull'anello più debole della catena: il corriere, quindi l'autista, quindi, spesso, il padroncino che viene strozzato. "Certo che deve esserci qualcuno che paga. Basta con le consegne gratis. La consegna - risponde ancora Massimo Marciani - deve essere quantificata ufficialmente e offerta da chi vende. Ora il cliente ha la falsa illusione che acquistando su una piattaforma di e-commerce non paga la consegna, e non è possibile. Chi offre la merce non ha un negozio fisico ma solo virtuale e il cliente non può andare a comprare la merce, quindi è il venditore che la deve consegnare a casa o in un hub; quella parte della 'transazione' deve essere quantificata e inclusa. Insomma, se un'azienda sceglie di non servirsi più dei negozi fa una scelta ben precisa e deve assumersene i relativi costi. Il tema dell'e-commerce e dei canali digitali sta diventando un vero problema". #

costi della logistica, costi economici, ambientali e perché no, sociali. Allora, la prima domanda che ci viene in mente è: questo aumento verticale della logistica e della frammentazione delle consegne, crea caos, aumento del traffico e, quindi, dell'inquinamento nei centri urbani. Come si fa? È una domanda che giriamo a Massimo Marciani, presidente del Freight Leaders Council e uno dei massimi esperti di logistica del nostro Paese.

"La domanda non è fuori luogo - risponde Marciani - nel senso che stiamo andando sempre di più verso il concetto di mobilità come servizio, quindi di logistica come servizio. A questo trend i 'decisioni locali' non possono opporsi, perché devono avere come priorità il benessere, la soddisfazione, quindi l'interesse dei cittadini, che è anche quello di ricevere la merce quando vogliono e nelle modalità che vogliono. Quindi, secondo me, è finita l'epoca dei divieti, l'epoca del 'non si può entrare in centro' o del

'non si può consegnare', o delle targhe pari e dispari; quell'epoca è finita e non tornerà più. Ma la grande sfida è: come rendere tutto questo sostenibile?"

## L'AZIONE CONGIUNTA DEI COMUNI

Alla fine dello scorso anno l'ANCI ha presentato un Position Paper al Ministero dei Trasporti; tra le altre cose i Sindaci hanno scritto che le nostre città sono una risorsa, che devono essere valorizzate, minimizzando gli impatti, ma concretamente che si fa?

"Qualcosa si muove - riprende il presidente di FLC - per esempio il progetto, che speriamo possa vedere velocemente la luce, della creazione di un sistema di ingresso o di accreditamento alla ZTL unico per tutta Italia, potrebbe essere un passo in avanti decisivo nella logica di rendere la vita di chi guida un furgone nell'ultimo miglio più semplice, ma anche per creare un sistema più governabile". Dunque, saranno i comuni a risolvere il problema dei parcheggi "selvaggi" dei furgoni delle consegne?

"Il problema - risponde subito Marciani - non è il padroncino che parcheggia il furgone in seconda fila per consegnare; quello è l'effetto del sistema che non va, non la causa. Né possiamo sperare che gli facciano la multa perché la multa non va alla grande azienda che vende, spedisce e guadagna, ma al 'povero' padroncino. Cioè sono le grandi aziende di e-commerce che portano tanti veicoli nei centri urbani a essere responsabili e le amministrazioni comunali non possono certo rifarsi sugli autisti".

Massimo Marciani: "Secondo me, è finita l'epoca dei divieti, l'epoca del 'non si può entrare in centro' o del 'non si può consegnare', o delle targhe pari e dispari; quell'epoca è finita e non tornerà più".



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile