

edizione 2022

Umberto Cutolo - Elisa Bianchi

STORIE IN MOVIMENTO

100 numeri per capire l'autotrasporto



Edizione 2022

100 numeri per capire l'autotrasporto

STORIE
IN MOVIMENTO

**Uomini
e trasporti**



L'ESPERTO

Massimo Marciani, presidente del Freight Leaders Council

«CAMBIARE LA CULTURA PER CAMBIARE IL SETTORE»

Veicoli autonomi, strade intelligenti, tecnologia blockchain e intelligenza artificiale. Il futuro ormai è alle porte e serve correre per non restare indietro. Per costruire, però, servono basi solide e, soprattutto, serve sapere esattamente da dove si parte. Un processo non così scontato dal momento che i dati sulla digitalizzazione del settore scarseggiano e senza di essi definire obiettivi e progetti diventa impresa assai arbitraria. Il perché di questa assenza di dati lo spiega **Massimo Marciani**, presidente del Freight Leaders Council, associazione attiva da 30 anni che raduna i più importanti stakeholder del settore per promuovere una logistica sostenibile e innovativa. «Si tratta in realtà di un fenomeno che coinvolge i dati sulla logistica e sui trasporti in generale, per esempio anche per quanto riguarda le consegne di ultimo miglio, i trasporti urbani e tutti quei fenomeni che fino al pre-pandemia erano considerati attività non fondamentali e non meritori di attenzione. La digitalizzazione, quindi, non rientrava tra gli aspetti censiti all'interno del settore dell'autotrasporto e della logistica».

Quali sono le conseguenze per il settore?

Partiamo da un presupposto: i piani industriali devono essere fatti conoscendo il punto di partenza, il punto di arrivo e ponendosi degli obiettivi. Questo si può fare a livello quantitativo solo se si conoscono i dati. Fino a ieri è mancata la cultura del dato, del numero e della misurazione e questa è stata una mancanza fondamentale perché tutte le politiche che vengono promosse e suggerite risultano quindi essere discutibili, dal momento che non esiste un obiettivo o un target da raggiungere. L'imposizione di questi target è arrivata solo con la COP 21 (Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici) e dagli obblighi dell'Unione europea per la riduzione di CO₂. Questo è solo l'inizio di un sistema di misurazione che impone di verificare le emissioni e immaginare un piano quantificabile e misurabile all'interno delle aziende per ridurre le emissioni.

A che punto siamo quindi oggi con la digitalizzazione?

Ci troviamo di fronte ad un momento molto particolare per il settore, in cui la logistica è sempre più trainata dalla domanda. In questi anni abbiamo assistito a importanti finanziamenti del settore industriale con il programma Industria 4.0 che mirava a digitalizzare le aziende, nonostante negli anni passati si sia spesso confusa la digitalizzazione con la smaterializzazione dei documenti. Digitalizzare un'azienda vuol dire cambiare i processi industriali e fare in modo che i numeri siano strumenti di progettazione, programmazione, analisi e valutazione. Con la pandemia, inoltre, anche i commercian-

ti hanno iniziato a usare sempre di più l'omnicanalità e il sistema digitale. Dal momento che la logistica è «il wi-fi del commercio e dell'industria» – come mi piace definirla – cioè è un fattore abilitante, oggi, si trova in mezzo a quella che possiamo definire una tempesta perfetta. I due estremi della logistica, produzione e consumo, hanno subito una forte accelerazione per cui la digitalizzazione necessariamente comincerà a pervadere il settore arrivando alla trasparenza dei flussi, cioè alla possibilità di sapere sempre dove si trova un veicolo, tra quanto arriverà e che tipo di merce trasporta. Anche l'acquisizione di statistiche sarà sempre di più automatica e i dati verranno raccolti direttamente là dove si producono, analogamente a quello che succede per la movimentazione delle persone utilizzando il cellulare come una scatola nera dell'individuo.

Che cosa manca per raggiungere questo obiettivo?

Serve cultura del dato, cultura della digitalizzazione e cultura industriale. La tecnologia è pronta, è già esistente: c'è la blockchain, ci sono i sensori a perdere, c'è il 5G. Manca un progetto, una roadmap per la digitalizzazione, la creazione di modelli di ingaggio per i quali, chi digitalizza, ha legittimamente un vantaggio competitivo, anche non necessariamente fiscale o amministrativo. Per esempio, si potrebbe garantire a un'azienda che digitalizza i documenti di trasporto e il posizionamento dei mezzi una corsia di accesso riservata nei porti e negli interporti, perché rispetto a chi utilizza ancora il cartaceo si è molto più veloci e si aumenta la produttività. In questo modo non si richiedono finanziamenti, non si altera la concorrenza, ma si spinge verso l'innovazione.

Che cosa stanno facendo le associazioni della logistica per promuovere la digitalizzazione?

Attualmente manca qualcuno in grado di dare una visione. Per questo motivo il Freight Leaders Council, insieme a TTS Italia, l'associazione nazionale per la telematica per i trasporti e la sicurezza, sta cercando di farsi strada come soggetto in grado di fornire ispirazione al settore. Lo scorso maggio abbiamo sottoscritto un protocollo d'intesa tra le due associazioni per diffondere la cultura dell'innovazione nel settore logistico attivando percorsi formativi e culturali. L'obiettivo è quello di eliminare le resistenze e le paure del settore che, essendo esposto a una concorrenza selvaggia, tende a non voler condividere le proprie informazioni. Stiamo cercando di spiegare che la tecnologia blockchain garantisce l'anonimità del dato e quindi l'impossibilità per un unico soggetto di accedere al 100% dell'informazione e, dall'altra parte, dobbiamo spingere la ricerca e lo sviluppo di sistemi di cyber security, perché tanto più spostiamo i dati sul digitale, tanto più saremo esposti a malware e azioni fraudolente. In sunto, serve fare cultura, sviluppare modelli di business, spiegare il vantaggio dell'approccio digitale e abbandonare le procedure arcaiche, complesse e frammentate che hanno portato il settore a non essere oggi competitivo come vorremmo.

Quali vantaggi concreti porterà la digitalizzazione all'autotrasporto?

Se pensiamo per esempio all'e-CMR, questa consente di controllare il camion in transito senza fermarlo e ciò significa già molto per un autista. Se si viene fermati all'estero da polizie straniere non si pone più il problema della lingua, dal momento che la lettera di vettura internazionale elettronica è automaticamente traducibile in tutte le lingue europee. I vantaggi per l'autotrasporto sono enormi, ma presuppongono la chiarezza, la linearità e la trasparenza delle informazioni. Per questo motivo, affinché il processo di digitalizzazione sia efficace e funzionale, è fondamentale ripensare interamente alle procedure e non traslarle semplicemente dal cartaceo al digitale.