

CREARE CITTA' A MISURA DI E-CONSUMER

GLI ACQUISTI ONLINE RIVOLUZIONANO I TRASPORTI E METTONO ALLA PROVA LA LOGISTICA URBANA

La rivoluzione del commercio digitale non riguarda soltanto la possibilità per i consumatori di scegliere merci prima non accessibili, condiziona anche il modo in cui i prodotti vengono trasportati. Giganti come Amazon stanno costruendo la loro catena logistica approfittando del fatto che la consegna dei prodotti è ormai parte integrante del pacchetto venduto al cliente, e propongono un modello flessibile, rapido e estremamente innovativo. Così, molto presto, sarà possibile ricevere i pacchi direttamente nel bagagliaio della propria auto se a consegnarli è Amazon, che sta sperimentando modalità nuove per gli altri corrieri. "La digitalizzazione, i big data e l'automazione cambiano lo scenario competitivo e pongono sfide inedite agli spedizionieri - ha detto la settimana scorsa Matt Stone di McKinsey a un convegno di Fedespedi, la federazione italiana delle imprese di spedizione - Amazon sta terremotando il mondo della logistica e invadendo ogni segmento della supply chain".

Fino ad ora, acquistando in negozio nessun consumatore si rendeva conto di quanto tempo ci volesse per riempire gli scaffali, né di quanto potesse costare spostare le merci. Gli stessi trasporti per decenni sono stati organizzati con una razionalità industriale, prevenendo con largo anticipo tempi di consegna e carichi da effettuare. Oggi, invece, ogni ordine online mette in moto in tempo reale la macchina della logistica che si prende carico di consegnare quanto acquistato in qualunque parte del mondo fino al portone di ogni casa.

Accogliere nelle città questi nuovi (e disordinati) volumi di oggetti in transito è una sfida per le amministrazioni locali, impegnate a ridurre sia il traffico lungo le strade sia l'impatto ambientale legato ai veicoli. Ma la rivoluzione riguarda anche gli stessi corrieri, che si trovano a gestire flussi molto diversi da quelli di un tempo per committenti - le grandi piattaforme online come Amazon - che cercano un servizio marcatamente orientato verso le esigenze del cliente.

Secondo Massimo Marciani, presidente di Fit Consulting, l'e-commerce genera in Italia 21 milioni di conse-



gne l'anno. In una città come Roma si tratta di circa 20-25 mila veicoli commerciali che ogni giorno transitano dentro le zone a traffico limitato del centro. Un flusso che deve in qualche modo essere razionalizzato per permettere ai vettori di abbattere il più possibile i costi di consegna e non invadere le strade già congestionate dal traffico. A Torino, dal 2015, si sperimenta un modello di

gestione del traffico commerciale che consente ai corrieri di utilizzare dei corridoi privilegiati di accesso alla città in cambio della condivisione di dati con l'amministrazione comunale. Le aziende che aderiscono dotano i propri veicoli di un sistema che informa costantemente il comune della loro posizione, dei tragitti che percorrono, dei punti di consegna dove sostano. I dati sono tra-

smessi a 5T, una società pubblica che si occupa di raccogliere diverse informazioni sulla mobilità, anche tramite sensori e telecamere, per studiare modelli di trasporto urbano più efficienti. Nel caso dei corrieri, l'obiettivo è studiare la domanda di capacità su strada, intervenendo per semplificare i tragitti e controllando il traffico. Secondo Marciani, che segue il progetto, la velocità media delle consegne è aumentata del 20 per cento e la produttività dei corrieri è raddoppiata in questi tre anni.

Dove le merci acquistate online raggiungono volumi di molto superiori all'Italia, per esempio in Germania (850 milioni di pacchi nel 2016, secondo i dati del Freight Leaders Council, associazione di imprese della logistica) e nel Regno Unito (1,5 miliardi), si sperimentano altri modelli da cui prendere spunto, come i locker. Si tratta di punti di ritiro automatizzati, accessibili 24h, che costituiscono la soluzione più innovativa nel contesto delle consegne non presiedute. In Italia sono ancora poco diffusi, altrove sono opportunità di investimento per fondi e società finanziarie. Poste sta lavorando per installarne una sua rete a Roma e Milano, integrando i 565 punti automatici di ritiro già presenti nel paese. Costruire una città a misura di e-consumer significa proprio sperimentare nuovi modelli e le opportunità, anche per le imprese che vogliono innovarsi, non mancano.

Maria Carla Sicilia