

Logistica Sostenibile

white paper





SPECIALE LOGISTICA SOSTENIBILE



Città metropolitane e LOGISTICA URBANA

Di **Massimo Marciani**, Presidente del **FREIGHT LEADERS COUNCIL** e
membro del **CONSIGLIO SCIENTIFICO DI SOS LOGISTICA**

I trasporti sono un sistema complesso che si basa sull'interazione fra infrastruttura, veicoli, tecnologie dell'informazione, norme e comportamenti. Il percorso per rendere i trasporti più sicuri, efficienti e meno inquinanti, già in atto da alcuni anni, richiede che tutti questi elementi confluiscono in una visione unica e condivisa del cambiamento necessario. Solo ripensando in modo nuovo le consegne dell'ultimo miglio, potremo affrontare con successo le imminenti sfide sociali e ambientali

Entro cinque anni, il numero di pacchi consegnati nel mondo raddoppierà. L'esplosione dell'e-commerce, il proliferare di servizi di consegna istantanea, le troppe infrastrutture obsolete e le flotte di veicoli commerciali spesso poco efficienti: la logistica urbana è ormai a un punto di svolta. Oggi più che mai, è essenziale ripensare il nostro approccio alle consegne dell'ultimo miglio al fine di affrontare con successo le sfide sociali e ambientali che ci attendono nell'immediato.

Quando pensiamo alla logistica urbana, ci vengono in mente i due estremi contrapposti della filiera: i centri di distribuzione, quei giganteschi magazzini suburbani progettati per lavorare migliaia di pacchi, e il consumatore ultra-connesso, alla ricerca di opzioni di consegna sempre più veloci (in definitiva la "logistica del capriccio" identificata da Malvestio, Past President del Freight Leaders Council). Tutto quello che troviamo fra questi due estremi sono le città stesse.

Sempre più popolate, si trovano ad affrontare la pressione di un flusso crescente di merci che spesso è sinonimo di congestione, inquinamento, rumore e altre esternalità negative collaterali. A Parigi, ad esempio, vengono effettuate quasi 100.000 spedizioni e consegne quotidiane e i veicoli commerciali impegnati a soddisfare questa domanda di mobilità sono responsabili di quasi il 40% dell'inquinamento. Per rispondere alla crescita esponenziale dell'e-commerce contenendone l'impatto negativo sull'ambiente urbano, le città non hanno altra scelta che darsi un nuovo sfidante obiettivo: gestire questi nuovi comportamenti di acquisto e, allo stesso tempo, migliorare la qualità di vita dei suoi abitanti.

Gli obiettivi di un sistema integrato di logistica urbana sostenibile

La governance è un elemento chiave per guidare lo sviluppo sostenibile della mobilità. I trasporti sono un sistema complesso che si basa sull'interazione fra infrastruttura, veicoli, tecnologie dell'informazione, norme e comportamenti.

Il percorso per rendere i trasporti più sicuri, efficienti e meno inquinanti, già in atto da alcuni anni, richiede che tutti questi elementi confluiscono in una visione unica e condivisa del cambiamento necessario. Un modello di governance che sappia coordinare e integrare le politiche di gestione della mobilità con le esigenze ambientali, puntando al miglioramento della qualità della vita, è il fondamentale punto di partenza per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Il traffico urbano delle merci rappresenta tra il 10 e il 15% dei chilometri percorsi da veicoli nelle città e tra il 2 e il 5% della forza lavoro, mentre le aree destinate ad usi logistici sono com-

prese tra il 3 e il 5% del totale delle aree urbane (da indagini del ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti). Si calcola, inoltre, che il 20% ÷ 25% dei km percorsi dai veicoli merci in ambito urbano sia relativo a merci in uscita, che il 40% ÷ 50% sia merce in entrata e che la rimanente quota sia costituita da merce con origine/destinazione all'interno della stessa area urbana.

Infine, non possiamo non sottolineare che l'offerta di servizi logistici in Italia è molto parcellizzata: l'80% delle consegne in area urbana è effettuata dai cosiddetti "padroncini", aziende spesso individuali di tipo artigianale più che industriale. Il trasporto in conto terzi (sicuramente più efficiente del trasporto in conto proprio) è ben lontano dall'essere la modalità di trasporto delle merci più diffusa: a Torino rappresenta il 23% e a Milano il 31%, secondo dati del Mit del 2012. Da notare che si tratta della prima e ultima indagine svolta su questo argomento e certificata dal MIT, perché si è trattato non di indagine a campione ma di vero e proprio censimento di tutti i veicoli entrati nelle 24 ore per 7 giorni tipo).

Un sistema nazionale armonizzato di logistica urbana

Visto quanto sopra, il nostro Paese sembra sempre più soffrire della sclerotizzazione di tre criticità: l'elevata presenza degli esercizi commerciali di vicinato (frammentazione e presenza di superfici commerciali al dettaglio di limitate dimensioni), la forte matrice di trasporto in conto proprio e conseguente frammentazione dell'autotrasporto, così come la crescita esponenziale dei servizi di consegna a domicilio (e-commerce). Gli interventi prioritari che necessitano di essere definiti per guardare al futuro sono:

■ Politiche di regolazione condivise, accompagnate da incentivi e disincentivi per creare un nuovo equilibrio operativo attraverso l'efficientamento delle attività, vanno calibrate sulla base di una puntuale identificazione di:

- Filiere;
- Tipologie di veicoli (incentivi ai mezzi ecologici e specializzati per tipo di merci).

■ Individuare aree d'intervento sulle quali concentrare gli interventi di ottimizzazione della logistica distributiva quali:

- Riordino infrastrutturale dei nodi urbani e delle politiche d'incentivi e disincentivi per l'accesso ai centri storici;
- Piattaforme logistiche (fisiche e telematiche) a supporto delle attività anche attraverso l'utilizzo di scali (stazioni) e linee ferroviarie di penetrazione urbana;
- Ottimizzazione delle flotte (con graduale passaggio dal conto proprio al conto terzi) e con potenziamento della flotta dei veicoli ecologici.



SPECIALE LOGISTICA SOSTENIBILE

Il modello di governance che viene proposto risiede appunto nello sviluppo di un nuovo approccio fondato su parole chiave quasi del tutto nuove per i decision maker di questo settore: accreditamento e premialità.

I Comuni dovrebbero chiedere agli operatori della filiera logistica di fare la propria parte investendo in qualità, cioè su veicoli a ridotte emissioni, sulla formazione degli operatori, sul livello di servizio fornito, e in innovazione, cioè ancora sui veicoli, ma questa volta in termini di dotazione di sistemi ITS. Tuttavia, non potendo concedere in questa particolare congiuntura economica di crisi globale finanziamenti pubblici, le Amministrazioni dovrebbero superare l'ostacolo garantendo una specifica premialità nell'utilizzo delle proprie infrastrutture. Una premialità "selettiva" che va a gratificare coloro i quali scelgono di aderire a questo patto investendo sulle proprie attività, a scapito di chi invece decide - anche legittimamente, magari perché in fase di dismissione - di continuare a svolgere le proprie attività come ha fatto in questi ultimi anni, almeno fino alla scadenza massima consentita dalle nuove regole stabilite in questo tipo di protocollo.

Il ritorno degli investimenti avrà quindi un andamento decrescente nel tempo: a chi investe da subito sul proprio business, è garantita una premialità d'uso del territorio cittadino cui corrisponde un aumento della produttività pari al 20% e una contestuale diminuzione dei costi di esercizio (-20% in termini di km percorsi), come stimata dalla sperimentazione pilota a Torino, svolta nell'ambito del progetto di ricerca e sviluppo Smart cities nord denominato urbelog (http://www.comune.torino.it/ucstampa/2013/article_149.shtml).

Anche dal punto di vista sociale si avrebbe un immediato beneficio, con un risparmio di tempo pari al 10% per un giro di consegna, circa cinquanta minuti in meno sulle strade urbane. La soluzione da mettere in campo a livello locale, sotto il controllo del ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, è quindi fondata sul coinvolgimento degli operatori privati ai quali, in cambio di un piano di investimenti pluriennali sulla propria attività (sia in termini di svecchiamento del parco veicolare sia in termini di sistemi intelligenti ICT e ITS), è garantito un recupero di produttività ed efficienza attraverso misure di premialità d'uso delle infrastrutture pubbliche, siano esse corridoi

Adesso il paradigma vede il cliente scegliere la merce direttamente sul proprio tablet o smartphone a qualsiasi ora del giorno e della notte, richiedere la consegna direttamente a casa e quindi alimentare un sistema di logistica di fatto in "conto terzi"

e/o piazzole di carico/scarico merci.

L'indicazione che viene da questo nuovo modello di governance è, in sintesi, una maggiore produttività con conseguenti risparmi per gli operatori logistici, una maggiore efficienza e rapidità per i destinatari delle merci, un minore inquinamento e congestione - anche in termini di occupazione del suolo pubblico - per il comune e per la collettività.

La necessità non più derogabile di una vera logistica condivisa

Fino ad oggi il modello distributivo e di consumo prevedeva il trasferimento delle merci dai magazzini di produttori e grossisti verso grandi centri commerciali fuori città, in zone generalmente raggiungibili solo con le auto private dei clienti che di fatto svolgevano le funzioni di logistica "conto proprio" arrivando presso il punto vendita negli orari canonici di apertura, scegliendo la merce, prendendola dagli scaffali e portandola a casa. Adesso il paradigma vede il cliente scegliere la merce direttamente sul proprio tablet o smartphone a qualsiasi ora del giorno e della notte, richiedere la consegna direttamente a casa e quindi alimentare un sistema di logistica di fatto in "conto terzi". Questo trend sta radicalmente cambiando i modelli di mobilità, così come i tempi e degli orari della città stessa. Ci sono infatti molti aspetti che debbono essere tenuti in debita considerazione: se da una parte si eliminano gli spostamenti in auto privata verso i grandi centri commerciali, dall'altro si alimentano un numero di consegne individuali e frammentate sul territorio sia in termini di destinazioni sia di orari di consegna (effetto Amazon prime).

La mobilità delle persone e delle merci sta quindi sempre più diventando un servizio con una fluidità di scelta da parte dei cittadini/clienti in base a numerosi parametri che spesso sono posti a confronto fra di loro al fine di ricercare la soluzione - individuale e customizzata - migliore e per ognuno. È ovvio che la semplice somma di numerose soluzioni perfette per ogni individuo/cittadino non può da sola costituire l'ottimo per la città nel suo insieme: proprio per questo gli Enti Locali e le Amministrazioni delle città debbono individuare politiche per contenere le esternalità negative di tale dinamica. Altrettanto importanti sono le iniziative degli stessi operatori per migliorare i propri servizi, anche in termini di impatto per la collettività.

La trasformazione: una responsabilità condivisa tra pubblico e privato

Ci troviamo di fronte a un paradosso: la massiccia crescita della domanda di servizi dell'ultimo miglio è accompagnata da una "balcanizzazione" del trasporto e da una ricerca del prezzo di

Brother: nuove STAMPANTI TD a tecnologia termica diretta

MAGGIORE PRODUTTIVITÀ ED EFFICIENZA CON LE NUOVE STAMPANTI DELLA GAMMA TD-4" DI BROTHER

L'organizzazione è un requisito fondamentale per migliorare l'efficienza e offrire un eccellente servizio. Nei magazzini e nei centri di distribuzione, in particolare, nasce l'esigenza di identificare al meglio materiali e avere strumenti per l'ottimizzazione delle attività.

Per rispondere a queste esigenze e stampare etichette di alta qualità, in modo semplice e veloce, Brother presenta le nuove stampanti della gamma TD, che consentono di creare etichette professionali utili per un'ampia gamma di applicazioni in diversi mercati verticali, come ad esempio:

Magazzino e logistica: si possono utilizzare i più comuni formati di etichette di spedizione oppure creare etichette con formati personalizzati: etichette di spedizione, per imballaggi, per indirizzi, per identificazione pallet, per il controllo di qualità ed etichette di conformità.



Distribuzione e vendita al dettaglio: la stampa di alta qualità garantisce che ogni etichetta abbia un aspetto professionale, con testi nitidi, loghi e codici a barre ad elevato contrasto per garantire la scansione senza errori alla cassa. Le applicazioni più comuni sono: etichette con prezzi, etichette con codici a barre, etichette con ingredienti per alimenti preconfezionati, etichette con informazioni nutrizionali, etichette rimovibili per scaffali, etichette con riduzioni di prezzo/sconti.

La gamma comprende quattro modelli – TD-4410D, TD-4420DN, TD-4520DN e TD-4550DNWB – capaci di stampare etichette fino a 11 cm di ampiezza. La tecnologia termica diretta della gamma TD garantisce la realizzazione di etichette di diversi formati senza utilizzo di inchiostro e toner, così da ridurre i costi di gestione. Inoltre, non dovendo attendere il raffreddamento della testina di stampa, è possibile stampare etichette multiple a lunghezza continua o pre-tagliate risparmiando tempo. Le nuove stampanti di etichette offrono prestazioni elevate e grande efficienza unite alla facilità d'uso, alla continuità e alla velocità di stampa fino a 200 mm per secondo.

La gamma TD, progettata per semplificare il processo di utilizzo, dispone, inoltre, di una rilevazione automatica dei supporti multimediali. Tutti i modelli sono dotati di un software che supporta la stampa di codici a barre, la personalizzazione dei caratteri per evidenziare in modo esteticamente accattivante parole specifiche e che consente inoltre di importare elementi grafici e formati date per una soluzione realmente personalizzata.

Grazie al design modulare e alle parti intercambiabili gli utenti possono eseguire da soli le operazioni di assistenza e sostituire i materiali di consumo in modo estremamente semplice.



brother
at your side

www.brother.it



SPECIALE LOGISTICA SOSTENIBILE

consegna minimo, invece che del livello di servizio più elevato. Se torniamo a vedere la questione dal punto di vista logistico, questa è in tutto e per tutto una nuova sfida, sia in termini di infrastrutture a supporto delle consegne sia di riduzione dei tempi di consegna.

Oltre alle varie iniziative messe in campo dalle città per affrontare questa sfida dei nostri giorni, gli stakeholder del settore debbono dare la priorità a tre obiettivi chiave:

■ **Ammodernare le flotte di veicoli e le relative modalità di trasporto** per mettere in campo metodi di consegna meno impattanti e più ecologici;

■ **Ottimizzare il flusso di consegna e sviluppare percorsi più brevi**, trasformando la logistica centralizzata in logistica condivisa attraverso l'utilizzo della tecnologia;

■ **Cercare di avvicinare sempre più le merci ed i loro acquirenti** ripensando le attuali reti di distribuzione a favore della nascita di piccoli magazzini urbani. L'aumento del costo degli immobili nelle città ha spostato le infrastrutture logistiche e le piattaforme lontano dal centro, mentre la domanda ed il contestuale contenimento degli impatti negativi richiederebbero di andare verso la direzione opposta.

La logistica condivisa al servizio della città e del consumatore

La logistica centralizzata risponde ad un consumo di massa i cui bisogni saranno presenti anche negli anni a venire. Ma per le ragioni di cui sopra, l'intero modello di distribuzione in ambito urbano ha bisogno di essere reinventato, con l'aiuto di tecnologie e infrastrutture intelligenti. Il nuovo sistema condiviso deve essere costruito come una rete di risorse individuali che vengono messe in comune (come già avviene ad esempio per la ricettività turistica - Airbnb) per soddisfare la domanda attraverso la condivisione intelligente ed equa delle risorse esistenti, selezionando in tempo reale il metodo di consegna più adatto.

Sulla base di quanto esposto finora riteniamo quindi necessario sviluppare delle modalità di consegna innovative per integrare il percorso tradizionale dal magazzino al consumatore con opzioni destinate a trasformare, in definitiva, le nostre città in veri e propri snodi logistici aperti:

■ **Consegna a partire da un magazzino urbano:** riteniamo che attraverso una fitta rete di mini-magazzini urbani collegati, la grande parte dei pacchi di e-commerce potrebbe essere consegnata in modo ecologico. Le consegne su richiesta potrebbero essere effettuate in meno di 30 minuti in bicicletta o a piedi utilizzando percorsi di vicinato geolocalizzati. Per la verità sembra che questo modello stia prendendo piede, con GeoPost che annuncia il suo piano per implementare una rete di 80 mini-hub

La strada da seguire è chiara: investire in un sistema logistico che sia in grado di attivare una "supply chain" sostenibile, con mini-magazzini localizzati in punti strategici delle nostre città e con trasporti ottimizzati fino all'ultimo miglio

a Parigi. Questa pionieristica iniziativa potrebbe essere di ispirazione per molte città europee nel prossimo futuro.

■ **Consegna a partire da un negozio in città:** questo metodo di consegna consente ai dettaglianti di giocare la carta della prossimità utilizzando il proprio spazio per soddisfare le richieste di consegna dei clienti del commercio elettronico. In questo caso è evidente che è necessario superare la dualità e il contrasto fra commercio tradizionale e virtuale ma, una volta composta la disputa, si potranno facilmente evidenziare i vantaggi per entrambe le parti: costi di trasporto ridotti, distanza di consegna contenuta, tempo di utilizzo delle infrastrutture stradali ridotto e minor impronta di carbonio a fronte di una maggiore precisione di consegna, questo ancor più vero attraverso l'uso di cargo bike.

■ **Consegne da negozio a negozio:** questo metodo consente ai dettaglianti di rifornirsi in tempo reale utilizzando anche il magazzino di un negozio collegato, opzione particolarmente utile durante i periodi di punta (fine settimana, festività e durante le promozioni). Ancora una volta, un metodo di distribuzione del genere avrebbe evidenti vantaggi sul risparmio di tempo, l'ottimizzazione dei costi e dei flussi e la soddisfazione del cliente. È evidente che per mettere in campo delle soluzioni e dei metodi "disruptive" come quelli sopra descritti è necessario che gli attori della catena logistica si rimettano in gioco per costruire insieme un nuovo modello sostenibile dal punto di vista economico, ambientale e sociale. Il tema della logistica urbana sarà indubbiamente un aspetto fondamentale nella progettazione e nella pianificazione delle città. Pertanto, per migliorare la qualità della nostra vita quotidiana tutti gli attori, pubblici e privati, debbono ripensare il loro approccio alla logistica urbana "thinking out of the box".

La strada da seguire è chiara: investire in un sistema logistico che sia in grado di attivare una "supply chain" sostenibile, con mini-magazzini localizzati in punti strategici delle nostre città e con trasporti ottimizzati fino all'ultimo miglio. Nel breve termine, potremmo registrare costi operativi ridotti per gli operatori e una migliore qualità del servizio per i consumatori. A lungo termine, si svilupperebbe la nostra capacità di rendere questi modelli possibili e di realizzare il cambiamento che determinerà il benessere delle nostre città. ●

La Business Unit Fashion di DHL Supply Chain

La logistica per la moda è un settore chiave per l'intero gruppo: per questo, in Italia DHL Supply Chain le dedica una business unit specializzata

Il comparto moda Italiano sta attraversando un periodo di grande fermento dove innovazione di prodotto, stile e rivoluzione delle tecniche distributive stanno mettendo a dura prova anche le organizzazioni più strutturate. In un momento come questo il settore deve puntare su operatori robusti e managerialmente strutturati che si mettano a disposizione di produttori e retailers in un'ottica di partnership strategica.

In un mercato così globale e in un momento di forte fermento come quello attuale, anche la logistica deve cambiare pelle. Se un tempo l'industria della moda poteva accontentarsi di piccoli operatori a basso costo pronti a portare in execution qualsiasi disposizione arrivasse da parte del cliente, oggi questo non basta più.

Oggi l'industria del fashion, in tema di outsourcing, deve allinearsi alle scelte già fatte da altri settori industriali più maturi: deve passare dal un concetto di fornitura logistica ad uno di partnership. Al partner logistico moderno si deve poter chiedere di entrare nelle dinamiche di business, con-

dividere visioni e obiettivi e possedere bagagli tecnici e capitale umano per operare attivamente per la loro realizzazione. Per far ciò sono necessarie capacità organizzative e manageriali di alto livello, re-engineering dei processi, continuous improvement spirit, change management e soprattutto grande capacità di investimento. Solo così il comparto moda Italiano potrà competere sul mercato globale con il cuore nella tradizione e con i piedi nel futuro.

Perché DHL Supply Chain?

La divisione fashion di DHL Supply Chain è un'organizzazione operativa snella e molto reattiva fatta di managers con una fortissima specializzazione nel settore, di investimenti in tecnologie e infrastrutture, così da garantire un servizio all'altezza delle aspettative dei clienti più esigenti.

La cultura aziendale del gruppo DHL si fonda sui principi di "Respect and Result" e su questi principi si fonda lo spirito di servizio riconosciuta dai clienti in particolare modo della Business Unit Fashion di DHL Supply Chain.



Che cosa significa "Respect" per DHL?

- Correttezza nelle relazioni con il cliente e con i propri dipendenti
- Rispetto del Brand
- Cura maniacale dei capi che si gestiscono

Che cosa significa "Result" per DHL?

- Focus sugli obiettivi operativi condivisi (DHL Supply Chain ha realizzato nel 2018 cinque progetti di logistic transformation e dieci progetti di process improvement)
- Mantenimento degli impegni presi (La Business Unit DHL Fashion Italiana, nel 2018, si è distinta per il miglior punteggio in termini di NPS)
- Impegno sui risultati aziendali

Questi valori, abbinati al know how specifico e al supporto specialistico di team centrali, hanno consentito alla divisione fashion di DHL di proporsi al comparto moda italiano come il partner logistico di riferimento per le sfide logistiche del secondo millennio.

DHL SUPPLY CHAIN

Viale delle Industrie, 2
20090 Settala MI
Tel. 02 957531
marketing.dsc.it@dhl.com
www.logistics.dhl

