PIATTAFORME DIGITALI COMMERCIO ELETTRONICO SMART LOGISTIC

di Massimo Marciani

Il cambiamento nell'ambito della filiera del trasporto e della logistica sta diventando disruptive. Le piattaforme digitali, hanno indotto nuovi modelli di consumo e bisogni più evoluti nei consumatori che richiedono un'offerta di servizi logistici estremamente specifici come mai si era verificato in passato. Questa customizzazione elevata può essere, se gestita con gli strumenti giusti e soluzioni efficienti, una grande opportunità per ridurre significativamente i costi e le esternalità negative direttamente riconducibili alla distribuzione, per differenziare il proprio servizio, e per aumentare la competitività globale del settore con nuovi modelli di business.

Gli innovatori digitali stanno di fatto imponendo un nuovo campo da gioco in cui solo coloro in grado di coglierne appieno le opportunità e rendere "trasparente per il cliente" il proprio servizio, godranno di un vantaggio competitivo nel medio-lungo periodo. È chiaro a tutti ormai che le piattaforme digitali, e in genere l'e-commerce, stanno

modificando in modo radicale il mercato, ma questo non vuol necessariamente dire che i tradizionali modelli di vendita e consumo cesseranno di esistere. Dobbiamo immaginare una logistica digitale, sostenibile, avanzata, responsiva in grado di servire i modelli basati sul riempimento degli scaffali così come quelli nei quali il bene viene prodotto e consegnato solo dopo che il cliente lo ha acquistato su una piattaforma digitale. Due modelli che si fondono, convivono e si intrecciano. Questa è la sfida che attende il settore. Gli operatori debbono innovare senza timore delle scelte, devono osare un livello di innovazione e di investimento alto. Chi resterà fermo al proprio modello di business consolidato "as usual" in poco tempo potrebbe perdere quote importanti di mercato.

In che modo il Governo può favorire questa progressiva e auspicabile digitalizzazione di un settore che storicamente ha affermato la propria leadership sul mercato più grazie ai "muscoli" che alla tecnologia? Tutti gli imprenditori - e in questo la filiera logistica non fa eccezione - per investire hanno bisogno di avere un framework politico stabile, delle regole certe e possibilmente uguali per tutti in modo da rendere il mercato l'unico giudice del successo o del fallimento di una azienda o di una innovazione senza necessità di incentivi focalizzati su un modo di trasporto o su un altro, ma piuttosto premiando chi riesce a fornire il proprio servizio in modo sostenibile e resiliente, in altri termini: senza compromettere le risorse a disposizione delle prossime generazioni.

In tale ambito, l'armonizzazione delle regole, un framework tecnologico ed energetico che – insieme a ri-focalizzare l'obiettivo ambizioso di una logistica a zero emissioni – sia in grado di affermare, attraverso la neutralità tecnologica, un percorso di transizione verso l'importante obiettivo di decarbonizzazione, la capacità di eseguire controlli in remoto grazie alla tecnologia da parte degli enti preposti, la diffusione di un modo etico di affrontare le sfide proposte da un'economia che da lineare si è lentamente - ma inesorabilmente - trasformata in circolare, la riqualificazione del lavoro del logistico (che diventa sempre più un operatore specializzato alla stregua di un tecnico informatico), l'introduzione progressiva, sempre più attenta, di procedure in grado di aumentare la sicurezza sul lavoro dei propri addetti, la definitiva adozione di sensoristica e device in grado di consentire alla committenza e al consumatore una reale e specifica visibilità degli attributi della merce e della modalità con cui questa viene trasportata.

Sono questi i driver fondamentali su cui porre la nostra attenzione fin da oggi perché avere successo in queste sfide vuol dire uscire dalla fase di stagnazione economica contribuendo fattivamente all'aumento del PIL, ma soprattutto vuol dire tornare a occupare quella posizione di leadership del settore logistico che da troppi anni ci è stata sottratta.