

I fatti del mese

Cara Amazon...

Quasi 5 anni fa come associazione per la logistica sostenibile (www.sos-logistica.org) abbiamo iniziato a condividere attraverso il ns (piccolo) megafono alcune riflessioni sul tema dell'impatto delle piattaforme di e-commerce sui processi logistici urbani e di ultimo miglio. Non eravamo soli, ma non eravamo nemmeno molti e cito tra questi il Freight Leaders Club che con un ottimo quaderno coniava il termine della "logistica del capriccio". Il punto era evidente: per le logiche di posizionamento del mercato la logistica non deve comparire anzi, la consegna (termine che semplifica un pezzo del processo che tocca il consumatore finale) non deve essere un problema per il cliente e per questo doveva essere comunicata come gratuita. Gratuita non voleva dire che non veniva pagata ovviamente da qualcuno. Significava semplicemente comunicare ai clienti che quella parte del processo (strategica visto che si tratta dell'unico elemento fisico dell'esperienza utente se togliamo la capacità di uso del mouse davanti al pc o del dito davanti ad uno smartphone) non doveva essere visibile e di conseguenza non dovevano essere visibili gli impatti di tali processi. Questa era la linea di comunicazione di Amazon, la principale piattaforma mondiale di e-commerce. Milioni di prodotti con consegna gratuita. Clicca ed entro 24/48 ore 7 giorni su 7 avrai a casa il tuo prodotto. Dalle crocchette del gatto al televisore a cristalli liquidi. Per anni, come operatori del settore che hanno a cuore il sistema logistico di questo paese, abbiamo deciso di comunicare sulle riviste e conferenze di settore che questa direzione non era condivisibile. Un modo per nascondere un sistema inefficiente e che scaricava sull'anello più debole (gli operatori logistici) tutte le problematiche relative a infrastrutture inadeguate, scarse performance dei mezzi di trasporto, congestioni cittadine, ZTL e scarsa qualità di vita degli operatori nei magazzini e sui mezzi. Si trattava di una operazione, quella di Amazon, tesa a semplificare un processo e nascondere agli occhi del decisore finale; il consumatore. Sono passati alcuni anni e varie compagne di comunicazione; è arrivata una pandemia con sorpresa (e dico moderata soddisfazione) proprio da qualche giorno, sulle nostre tv, Amazon comunica in modo diverso dicendo che la consegna può essere sostenibile. Lo fa con un tono minimalista e asciutto (senza dati tecnici), facendo parlare di un operatore terzista (una donna per la parità di genere) che lavora con Amazon proprio per le consegne nei centri cittadini e che ha deciso di investire su mezzi elettrici a basso impatto ambientale. Una svolta? Sì è una svolta? Possiamo fidarci? Non saprei. Le recenti notizie di scioperi nei centri di distribuzione Amazon per le condizioni contrattuali e i regimi operativi che gli algoritmi impongono agli operatori, hanno di certo impattato sull'immagine del gigante dell'e-commerce in Italia nonostante molti addetti ai lavori continuino a lodarne le capacità innovative che sono senza dubbio e senza possibilità di smentita magnifiche ma che non bastano a fare di questa azienda il best place to work per un addetto alla logistica di magazzino o per un driver. Si tratta però di un passo importante perché Amazon non è il problema. Amazon probabilmente sarà la risposta, ovvero un soggetto che con il tempo e le ingenti risorse garantite dai tutti i nostri acquisti quotidiani potrà finalmente sdoganare il valore dei processi logistici e non insabbiarne il costo. Potrà decidere di comunicare con la forza della propria piattaforma e rendere responsabile il consumatore su una scelta di consegna sostenibile. Per fare questo dovrà però garantire trasparenza ed oggettività rispetto ai processi logistici. Dovrà aprire le porte a meccanismi (per ora volontari) che possano certificare che dietro alle promesse di una campagna di comunicazione ci sia concretamente un cambio di direzione ed un impegno a rendere la logistica (consegne e magazzini) un pezzo del valore che acquistiamo con il click. Cara Amazon, facci vedere con i tuoi potenti mezzi dentro ai tuoi processi logistici. Dacci il modo di scegliere e contribuire con un prezzo adeguato allo sviluppo di una logistica finalmente sostenibile. Te lo chiedono i tuoi clienti. Non quelli attuali ma quelli che inizieranno ad acquistare tra pochi anni.



Daniele Testi

Presidente SOS LOGistica (Associazione per la Logistica Sostenibile)
Coordinatore Commissione Logistica Green e Sostenibilità Confetra

■ **Circle e Maps per ottimizzare i processi logistici** - Circle, impresa specializzata nell'analisi dei processi e nello sviluppo di soluzioni di automazione e digitalizzazione del settore portuale e della logistica intermodale, si è alleata con l'azienda di digital transformation Maps per l'analisi in tempo reale di grandi quantità di dati e l'ottimizzazione dei processi.

L'obiettivo della partnership è quello di rafforzare l'offerta innovativa nel campo dell'AI e della digitalizzazione della catena logistica multimodale, fornendo a Multimodal Transport Operators (MTOs), spedizionieri e operatori logistici uno strumento informatico per selezionare efficacemente la modalità di trasporto in base ad una serie di parametri.

■ **Leonardo Helicopters si affida a Blue Yonder** - Leonardo Helicopters ha scelto Luminare Planning di Blue Yonder per supportare i piani di trasformazione digitale della propria supply chain. La soluzione SaaS cloud-based firmata Blue Yonder supporta l'azienda, OEM leader a livello globale nel settore civile, pubblico e della difesa, nella gestione dei propri servizi



post-vendita relativi alla fornitura dei pezzi di ricambio. Sfruttando le funzionalità specifiche di supply planning & replenishment offerte da Blue Yonder, Leonardo potrà fare leva su processi efficaci per la pianificazione della domanda e l'ottimizzazione delle scorte.

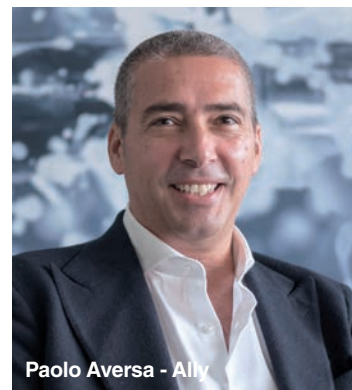
■ **ally consulting e IUNGO** - ally Consulting, società di consulenza IT in ambito manifatturiero, ha siglato un accordo in qualità di partner strategico con IUNGO, azienda specializzata nell'ottimizzazione della supply chain collaboration e nei processi aziendali correlati in ottica

LCP a Cremona: 283mila mq

La società di sviluppo di immobili logistici Logistics Capital Partners ha annunciato una nuova operazione di acquisizione e sviluppo in ottica speculativa in Italia su larga scala: verrà acquisito un sito di 283mila metri quadri a Cremona, vicino alla A21 e a soli 20 minuti di auto dallo svincolo A1 di Piacenza. Su quest'area è previsto uno sviluppo speculativo fino a 135mila metri quadri di area affittabile cross-docking in due edifici modulari la cui costruzione inizierà entro il quarto trimestre del 2021.



multicanale. La collaborazione si inserisce nella strategia di ampliamento di ally Smart Performance, la practice dell'azienda che si



Paolo Aversa - ally



Andrea Tinti - IUNGO

occupa dell'implementazione di soluzioni altamente innovative per la smart factory, con l'obiettivo di supportare i clienti nei percorsi di digital transformation grazie a una value proposition sempre più ricca di soluzioni complementari all'ERP.

■ **Anfia Service compie 25 anni** - Lo scorso 1° aprile, Anfia Service, società di servizi dell'Associazione nazionale filiera industria automobilistica, ha festeggiato i suoi primi 25 anni di attività. Si tratta di un traguardo importante, frutto di un percorso di crescita che, dal 1996 a oggi, seguendo la parabola evolutiva del comparto automotive, ha portato Anfia Service a essere riconosciuta come agenzia formativa d'eccellenza per le imprese di questa filiera. L'evento è stato celebrato con un logo dedicato.

■ **Scania aderisce a Motus-E**

- Scania ha aderito a Motus-E, l'associazione che rappresenta i principali stakeholder della mobilità elettrica in Italia: una decisione che arriva parallelamente alla presentazione sul mercato della nuova gamma Scania di veicoli ibridi plug-in e della prima gamma di veicoli totalmente elettrici prodotti in serie. Scania si è anche qualificata per l'emissione di Green Bond, i cui fondi saranno destinati esclusivamente a progetti che avranno un profondo impatto sulla riduzione delle emissioni di CO₂.

■ **IFCO certificata** - IFCO, azienda che produce imballaggi in plastica riutilizzabili per alimenti freschi (RPC), ha ricevuto la certificazione "Cradle to Cradle Certified (Version 3.1) Silver" per la sua gamma di RPC Lift Lock. Si tratta della prima e unica linea di RPC per alimenti freschi a conquistare il riconoscimento, che viene assegnato alle aziende con alti standard di sostenibilità ambientale. Oltre alla certificazione di livello Silver, IFCO ha ricevuto anche il Gold Award nella categoria "Riutilizzo dei materiali". Tutte le soluzioni proposte da IFCO sono concepite per essere condivise e riutilizzate e hanno una durata di 100 cicli di utilizzo in media. Se vengono danneggiati, gli RPC di IFCO vengono riparati oppure, qualora non sia possibile, vengono riciclati al 100% e utilizzati per la produzione di nuovi contenitori RPC.

■ **Metalcoop attestata secondo lo standard Bollino Etico Social** - Metalcoop, realtà specializzata nella progettazione e nella produzione di scaffalature metalliche e soluzioni logistiche integrate per la gestione del magazzino, ha superato con successo la valutazione del proprio modello organizzativo e così acquisito il riconoscimento di organizzazione attestata secondo lo standard Bollino Etico Sociale, uno status riservato soltanto alle imprese intenzionate a valorizzare le azioni di innovazione sociale intraprese e a svilupparne e promuoverne di nuove.