

La Federazione

informazione quotidiana sull'attività regionale

08/06/21

E-COMMERCE e LOGISTICA

Quali scenari per l'Autotrasporto veneto nel post COVID?

La rivoluzione dell'e-commerce, e la sua ulteriore impennata a causa della pandemia, come impatterà sul mondo dell'autotrasporto artigiano veneto? Una opportunità oppure una minaccia? Su questo tema si è interrogata di recente la categoria grazie ai contributi di Mark Aguetz Managing Director di Gipa Italia, Alvise Zerbini funzionario trasporti di Confartigianato Imprese Veneto ed il vicepresidente vicario di Confartigianato Imprese Veneto Roberto Iraci Sareri che hanno partecipato al webinar: "e-Commerce e Logistica quali scenari per l'autotrasporto veneto nel post COVID?"

Per cercare di dare delle risposte si è partiti da due dati di fatto: il primo è che più del 70 per cento degli oltre 40 miliardi di fatturato delle e-commerce in Italia ha riguardato beni digitali (file audio, video, tempo libero, servizi bancari e finanziari, prenotazione di biglietti di viaggio o per spettacoli) per i quali l'intero processo di scambio può avvenire esclusivamente per via elettronica inoltre, la buona parte dei restanti beni materiali venduti riguardano abbigliamento, elettronica, prodotti di bellezza e quindi piccoli colli trasportabili con mezzi piccoli e sempre più spesso a propulsione alternativa o addirittura cargo bike per l'ultimo miglio. Il secondo riguarda la "consegna gratuita", la cui quota in Italia è particolarmente elevata e che rappresenta uno dei segreti del successo nell'eCommerce di alcuni operatori, in realtà è un fattore impattante sui costi e i tempi della logistica e sul costo effettivo del prodotto/servizio acquistato.



"Un mercato logisticamente meno allettante di quanto si potesse pensare -commenta Michele Varotto presidente regionale di Confartigianato trasporti del Veneto- per l'autotrasporto veneto che per altro mantiene alcune ataviche criticità specifiche: stiamo assistendo ad una riduzione complessiva della numerosità delle imprese -calate quasi del 30% dal 2007 ad oggi passando da 130mila imprese alle attuali 92mila- e ad una biforcazione sempre più marcata della platea. Si riscontra infatti un rafforzamento delle imprese strutturate, a discapito delle imprese con flotta medio-piccola, che tuttavia in termini percentuali sono in decisa minoranza, rispetto all'altra

grande frangia della platea rappresentata dai mono-veicolari e dai padroncini, circa 77 mila su un totale di 92 mila".

In Italia, le aziende più grandi (circa l'1% del totale) sono composte da un parco circolante di almeno un centinaio di mezzi il che si traduce in uno sbilanciamento nella distribuzione nel totale dei veicoli in circolazione, infatti il 52% di tutti i veicoli è di proprietà del 6% delle aziende totali. I padroncini che possiedono un solo mezzo negli anni sono rimasti numericamente stabili ma c'è stata una forte riduzione delle micro-flotte (2/3 mezzi): queste in 12 anni si sono dimezzate!

"I mono veicolari -prosegue Varotto-, continuano quindi a dimostrare grande flessibilità e spirito di adattamento ai cambiamenti. La robustezza di questi ultimi trova verosimilmente spiegazione nel fatto che le filiere merceologiche nelle quali si collocano, rappresentano elementi di elevata specificità; nicchie di mercato che richiedono grande professionalità, affidabilità e comprovato valore artigiano". "Caratteristiche queste -sottolinea Varotto- che difficilmente trovano la giusta valorizzazione nei paradigmi della logistica automatizzata e della standardizzazione dei processi tipici della gig economy. Il commercio elettronico può comunque rappresentare un elemento di sviluppo per le imprese artigiane, questo mercato è in continua espansione ed è ragionevole pensare che continui il proprio processo di crescita. Sul fronte del trasporto tuttavia sarebbe forse opportuna

La Federazione

informazione quotidiana sull'attività regionale

08/06/21

una riflessione sullo stress che questo segmento subisce a causa dell'esasperazione del just in time e della gratuità di consegne e resi, che alcuni operatori offrono in modo massivo per implementare il livello di servizio e la soddisfazione del cliente. L'e-commerce per queste ragioni porta con sé alcuni elementi di insostenibilità che dovrebbero essere compresi, ai fini di sviluppare una maggiore sensibilità e consapevolezza nelle scelte al consumo e per offrire soddisfazione agli operatori dell'intera filiera".

“Come categoria **-conclude il Presidente-** dobbiamo riflettere sulle ricadute che questi fenomeni rischiano di avere sulle condizioni di lavoro degli addetti ai servizi logistici e degli autisti di questo settore in termini di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, sul rispetto degli orari di lavoro e di riposo, decorosi compensi. Va fatta una riflessione sulle opportunità legate alla formazione in questo settore, tenendo presente però il fatto che il nostro Paese soffre ancora importanti diseconomie e lungaggini burocratiche legate all'accesso alla professione. In questo senso sarebbe auspicabile porsi obiettivi sindacali che vadano nella direzione della sburocratizzazione, della rispettabilità salariale e professionale, della semplificazione in ambito di formazione”.

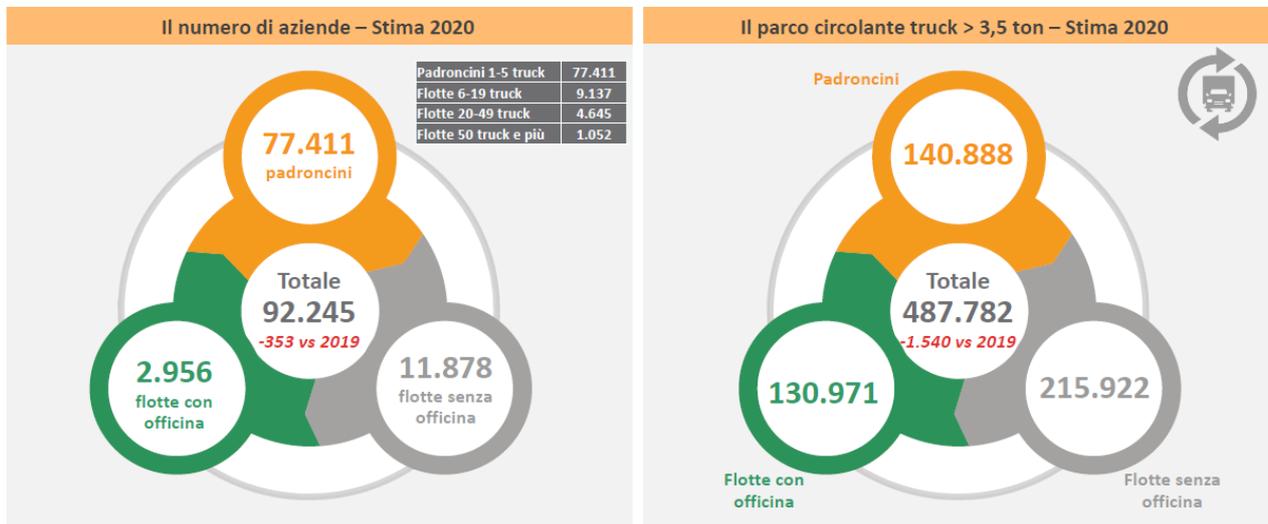
Studio-analisi: il trasporto post CoViD

Aziende di autotrasporto e parco circolante truck



⇒ «Resilienza» dell'universo delle flotte di autotrasporto: a ottobre 2020 ne censiamo 92.245, solo 353 in meno rispetto al 2019.

⇒ Il parco circolante in possesso di queste aziende è rimasto sostanzialmente stabile.



↳ 77.411 padroncini nel 2020.