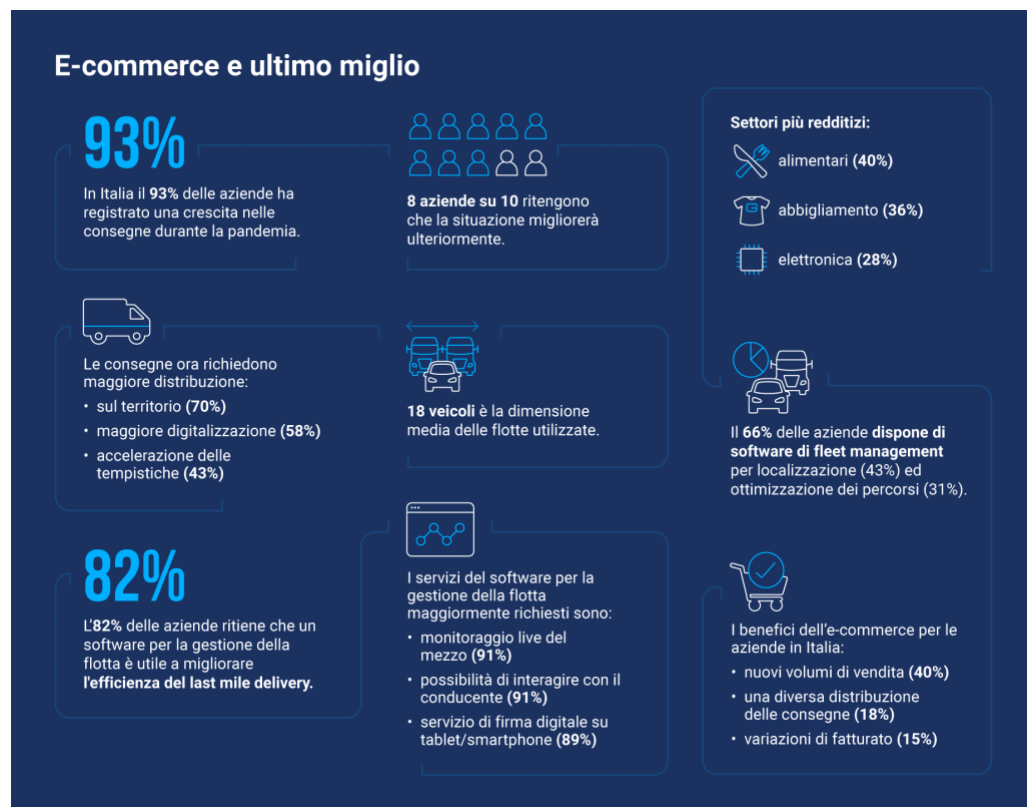


Geotab, leader globale in ambito IoT e veicoli connessi, presenta i risultati di una ricerca condotta sulle realtà che operano nel settore dell'e-commerce e della logistica in Italia, da cui emerge che **nel Belpaese 9 aziende su 10 (93%) hanno rilevato un incremento delle consegne durante la pandemia**, con livelli di crescita che hanno raggiunto il 60%. L'indagine ha evidenziato la sempre maggiore importanza dell'ultimo miglio, mostrando che la telematica può essere fondamentale per migliorare le performance delle flotte e rispondere alle nuove esigenze dei consumatori.

La diffusione del COVID-19, infatti, ha portato allo sviluppo di abitudini di consumo all'insegna di digitalizzazione e nuove tecnologie, tra cui il ricorso sempre più frequente all'e-commerce: tuttavia, se per acquistare online basta un *click*, la catena che abilita il processo di consegna a domicilio è molto più complessa.

Con utenti finali sempre più esigenti in termini di qualità e personalizzazione del servizio, le aziende devono affrontare sfide logistiche importanti per rispondere da un lato all'aumento dei volumi di consegna, dall'altro alla richiesta di una distribuzione capillare e dislocata sul territorio. Nonostante le complessità, però, si tratta di un'opportunità di crescita imperdibile, come conferma il trend affermatosi in Italia negli ultimi due anni.



E-commerce come driver di crescita

Quasi tutti gli intervistati (95%) sono concordi nell'affermare che l'incremento dell'e-commerce conseguente alla diffusione del COVID-19 ha avuto un generale impatto positivo per la propria azienda: in particolare, quasi 6 su 10 (57%) stimano di aver ottenuto un aumento delle consegne tra il 20% e il 40%, mentre più di un terzo (35%) lo attesta addirittura tra il 40% e il 60%.

Guardando poi allo scenario nazionale nel suo complesso, **1 azienda su 3 (34%) ritiene che l'e-commerce sia destinato a crescere ancora indistintamente in tutte le categorie merceologiche**, ma c'è anche chi si aspetta che saranno i settori dell'abbigliamento (38%) e del food (23%) a guidare le performance nell'immediato futuro. Sono proprio queste ultime categorie a essere percepite come le più profittevoli (food al 40% e abbigliamento al 36%), complice anche l'elevato numero di servizi e app per il delivery o la vendita online, seguiti dall'elettronica di consumo (28%) e dai prodotti per la cura della persona (11%).

Puntualità e capillarità: come cambiano le consegne

Nonostante 4 aziende su 10 indichino le variazioni nei volumi di vendita come la principale conseguenza delle nuove abitudini di consumo, non sono da sottovalutare gli effetti anche in termini di diverse tempistiche e distribuzione degli ordini (18%) e, in ultima analisi, di fatturato (15%).

Le nuove dinamiche si riflettono innanzitutto sull'organizzazione logistica, non solo perché è diventato necessario raggiungere destinazioni più lontane (come segnalato dal 21% degli intervistati), ma soprattutto perché **le consegne si stanno rivelando mano a mano più frammentate e distribuite sul territorio (70%)**. Inoltre, i consumatori si stanno dimostrando sempre più esigenti, tanto che sono sempre più comuni richieste specifiche in termini di orari, puntualità o consegna al piano.

Telematica e ultimo miglio: un connubio non ancora giunto a completa destinazione

L'evolversi della richiesta degli utenti finali richiede un rinnovamento nell'approccio alla gestione dell'ultimo miglio, da realizzarsi all'insegna della Trasformazione Digitale. Standard sempre più stringenti, infatti, possono essere soddisfatti solo grazie a sistemi di consegne all'avanguardia, in grado di sfruttare le moderne tecnologie per raggiungere la massima efficienza. Si tratta, tuttavia, di un percorso basato su una presa di coscienza

progressiva da parte delle aziende: infatti, se **la digitalizzazione dei processi e l'accelerazione delle tempistiche sono ormai diventate prioritarie rispettivamente per il 58% e il 43% degli intervistati**, il grado di implementazione di soluzioni specifiche, tra cui la telematica, può ancora migliorare.

L'82% del campione riconosce che i software per la gestione della flotta sono utili ad aumentare l'efficienza del last mile delivery, sfruttando le tecnologie di data analytics e machine learning soprattutto per quanto riguarda l'ottimizzazione dei tempi (22%) e dei tragitti (13%), oltre alla possibilità di tenere sotto controllo la flotta (18%).

Nonostante questo, **in Italia solo 2 aziende su 3 (66%) dispongono di una soluzione di telematica per il fleet management**. Se viene apprezzata la generale capacità di migliorare le prestazioni della flotta, più nello specifico sono stati riscontrati vantaggi concreti in termini di localizzazione dei mezzi sul territorio per scopi antifurto (43%), logistico-operativi (29%) e per l'efficientamento dei tragitti di consegna (31%). Restano ancora da esplorare appieno le potenzialità offerte da funzionalità come il controllo dello stato di salute dei mezzi (apprezzato dal 19% degli intervistati), l'assistenza al conducente in caso di incidente (14%) e il monitoraggio dello stile di guida (13%).

In particolare, in ottica di ultimo miglio, avere a disposizione sistemi di tracciamento si rivela fondamentale in tutte le sue sfaccettature: dal tracking live del mezzo alla possibilità di interagire direttamente con il conducente (entrambi richiesti dal 91% degli intervistati), fino ai servizi di firma digitale (89%) e alle notifiche push sullo stato della consegna (84%).

"In un contesto di business variegato come quello italiano, le flotte delle aziende che si occupano di consegne in ambito e-commerce hanno una dimensione media contenuta, pari a 18 veicoli. Questo, però, non deve limitare l'adozione di soluzioni di telematica: in un mondo sempre più dominato dalle Smart City, infatti, poter sfruttare appieno il potenziale dei dati è la chiave vincente per un utilizzo davvero intelligente dei mezzi. È quanto accade, per esempio, con la nostra soluzione Geotab Truck, che offre a ogni tipologia di flotta nel mercato degli autotrasporti e dei veicoli pesanti l'accesso a insight unici, per monitorare e ottimizzare il processo di consegna, aumentando inoltre la sicurezza", spiega Fabio Saiu, Director Geotab Italia e Leasing and Renting European Director di Geotab. "La nostra ricerca ha inoltre evidenziato un atteggiamento ottimista, con 8 aziende su 10 che nutrono fiducia verso una generale ripresa per il futuro: è questo il momento di investire nell'innovazione, per non perdere competitività e trarre il meglio da tutte le opportunità offerte anche dal modello dell'e-commerce".

E-commerce e sfide dell'ultimo miglio: in Italia consegne in crescita per 9 aziende su 10, da ottimizzare grazie alla telematica | 4