

COMUNICATO STAMPA

Osservatorio Contract Logistics

**RALLENTA MA CONTINUA LA CRESCITA DELLA LOGISTICA CONTO TERZI IN ITALIA  
GRANDE POTENZIALE PER SETTORI POCO TERZIARIZZATI E L'ACCOMPAGNAMENTO ALL'EXPORT**

*Il fatturato del settore nel 2012 ha registrato per la prima volta dal 2009 un rallentamento, ma aumenta dell'1,2% in termini reali. Il trend si mantiene positivo nelle previsioni grazie all'incremento dell'export: 81 miliardi di euro nel 2015, +0,9%.*

*Esiste un grande potenziale di sviluppo in settori ad oggi poco terziarizzati, come ad esempio il settore ospedaliero. Aumenta il peso dello Strategic Outsourcing rispetto all'approccio Commodity. Nascono nuove forme di partnership tra operatori e committenti per creare valore.*

Milano, 6 novembre 2014 - Per la prima volta dal 2009, la crescita del fatturato complessivo della Contract Logistics ha subito una battuta d'arresto registrando un calo del 2,3% in termini reali rispetto al 2011. Nonostante il fatturato complessivo del settore sia aumentato da 71,2 miliardi di euro nel 2009 a 77,3 miliardi nel 2012 (rispettivamente del +8,5% in termini nominali e del +1,2% in termini reali) la forte pressione sulle tariffe da parte dei committenti, la difficoltà dei consumi in Italia e la contrazione dei flussi fisici hanno condizionato negativamente il mercato della logistica conto terzi. In questo scenario sempre più aziende hanno fatto ricorso all'outsourcing dei servizi di logistica per ottimizzare il processo e creare valore, la terziarizzazione è passata dal 36,4% del 2009 al 39,1% nel 2012. Si confermano vincenti nuovi approcci alla logistica che richiedono maggiori sinergie tra aziende committenti, fornitori di tecnologia e fornitori di servizi logistici al fine di implementare sistemi innovativi e produrre migliori risultati anche in termini economici.

È ciò che emerge dalla Ricerca dell'Osservatorio Contract Logistics, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano\* in collaborazione con Assologistica, presentata oggi al convegno "Outsourcing della Logistica: tra falsi miti e creazione di valore", che si è tenuto nell'Aula Carlo De Carli del Politecnico di Milano.

"Bisogna anzitutto sfatare il falso mito che si terziarizza la logistica solo per variabilizzare e ridurre i costi in quanto attività "semplici". In realtà si terziarizza per avere vantaggio competitivo. - spiega **Gino Marchet, Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Contract Logistics della School of Management del Politecnico di Milano** - Esistono approcci in grado di generare valore che si basano su economie di scala, apprendimento, innovazione di processi e governo dei flussi e che permettono di trasformare la struttura di costo-servizio dei processi logistici, ossia ridurre i costi e migliorare il servizio". A tale scopo gli operatori logistici possono attivare alcune leve strategiche. A titolo esemplificativo, considerando le economie di scopo, i fornitori ricorrono all'introduzione di depositi multi-produttore per condividere i costi fissi, ad alleanze per condividere i network, all'utilizzo di sistemi IT in comune e al back-hauling (riduzione dei ritorni a vuoto).

"Lo sviluppo della logistica conto terzi non è legato esclusivamente all'andamento generale dell'economia, ma anche alle dinamiche interne ai singoli settori e segmenti del mercato - aggiunge **Marco Melacini, Responsabile della Ricerca dell'Osservatorio Contract Logistics** -. Esiste ancora, infatti, un elevato numero di piccole-medie imprese che terziarizzano in modo limitato, sia per ragioni culturali che per aspetti legati all'incidenza dei costi di relazione".

"Lo sviluppo della terziarizzazione in settori in cui questi processi non sono ancora maturi come quello ospedaliero (dove il grado di terziarizzazione stimato è pari al 4%) rappresenta un potenziale di crescita importante per il comparto logistico, così come seguire le aziende italiane nell'export. Questi due direzioni di sviluppo rappresentano un'opportunità per i fornitori di servizi logistici, ma soprattutto uno stimolo per la crescita dell'intero Sistema Paese", conclude **Damiano Frosi, Ricercatore dell'Osservatorio Contract Logistics**.

## I numeri della logistica conto terzi in Italia

I fornitori di servizi logistici - suddivisi in autotrasportatori organizzati in società di capitali e non di capitali, corrieri/corrieri espresso, gestori di interporti e terminal intermodali, gestori di magazzino, operatori del trasporto ferroviario e del trasporto combinato strada-rotaia, operatori logistici e spedizionieri - hanno conosciuto una riduzione del numero complessivo di aziende del 9,4% in quattro anni. Tuttavia il fenomeno interessa principalmente gli autotrasportatori organizzati in società non di capitali, i cosiddetti “padroncini”, meno di 80.000 aziende nel 2012, che hanno subito una contrazione di oltre il 10% rispetto al 2009.

Nel periodo tra il 2009 e il 2012, il valore del fatturato delle aziende italiane di logistica conto terzi è passato da 71,2 miliardi di euro a 77,3 miliardi con un incremento dell'8,5% in termini nominali e dell'1,2% in termini reali. Una crescita che ha subito un arresto nell'ultimo anno (-2,3%) soprattutto a causa della diminuzione dei flussi fisici derivata dalla contrazione dei consumi.

Le previsioni per il fatturato del 2014-2015 sembrano comunque mostrare un trend positivo. Grazie anche all'incremento dei processi logistici nell'export si prevede di raggiungere un fatturato di 81 miliardi di euro nel 2015, +0,9% in termini reali rispetto al 2014 per il quale è previsto un fatturato pari a circa 79 miliardi di euro.

Il mercato della logistica conto terzi in Italia (ossia il fatturato diretto alle sole aziende committenti, escludendo quindi gli scambi interni alla filiera) è pari a quasi 43 miliardi di euro nel 2012, in crescita del 3,5% in termini reali rispetto al 2009. La penetrazione della contract logistics rappresenta quindi il 39,1% del valore complessivo della logistica in Italia, in costante aumento dal 2009 (36,4%). La valorizzazione del mercato a partire dall'analisi dei bilanci delle aziende del settore viene effettuato da un modello molto articolato e complesso sviluppato in questi anni dall'Osservatorio.

Nonostante il *Commodity Outsourcing* (l'affidamento ad un operatore di singole attività logistiche elementari) resti ancora l'approccio dominante in Italia, guadagna terreno lo *Strategic Outsourcing* (l'affidamento di una parte rilevante del processo logistico, comprensivo almeno delle attività di trasporto e stoccaggio), che dal 2009 al 2012 è passato da 7,5 miliardi a 8,5 miliardi di euro e ha raggiunto un'incidenza pari al 20% del mercato complessivo della logistica.

## Le strategie della logistica conto terzi per generare valore

L'Osservatorio in questi 4 anni ha portato molte evidenze su quanto le attività logistiche siano complesse, articolate, strategiche per le aziende. Ancora oggi purtroppo molte persone sono ostaggio del falso mito secondo cui si terziarizzano le attività logistiche solo per variabilizzare e ridurre i costi. La Ricerca 2014 ha individuato tre diversi approcci - che possono coesistere - che un fornitore di servizi logistici può adottare allo scopo di offrire ai committenti un vantaggio competitivo modificando la struttura di costo-servizio del processo logistico:

- l'approccio **Volume-oriented** che può essere perseguito attraverso la gestione efficiente di volumi elevati di merci, ad esempio, con l'organizzazione sinergica del trasporto per diversi clienti allo scopo di massimizzare il carico movimentato e lo sfruttamento dei ritorni a vuoto.
- l'approccio **Process-oriented** che punta sulla capacità di innovazione di un processo attraverso il monitoraggio, il benchmarking e il miglioramento continuo dei processi e delle performance.
- l'approccio **Innovation-oriented** che si basa prevalentemente sul coinvolgimento delle risorse aziendali a tutti i livelli gerarchici con l'obiettivo di stimolare la proattività dei manager e del personale operativo nello sviluppo di nuove idee utili alla reingegnerizzazione dei processi.

Tra gli elementi comuni a molti approcci strategici per creare valore, i fornitori di servizi logistici fanno ricorso a partnership con altri operatori (cooperazione orizzontale), direttamente con i committenti, oltre che con i fornitori di sistemi IT e di handling. Da queste collaborazioni nascono team interaziendali il cui obiettivo è il miglioramento dei processi. “Al fine di agevolare il lavoro congiunto di committenti e fornitori è indispensabile condividere esperienze, competenze ed investire nella formazione delle persone coinvolte nei processi logistici dell'azienda”, conclude il responsabile scientifico dell'Osservatorio Contract Logistics, Gino Marchet.

\*L'Osservatorio, alla sua quarta edizione, è realizzato in collaborazione con Assologistica e con il supporto di ICE, BCUBE, BRT, CEVA Logistics, CLO Servizi Logistici, FATA Logistic Systems, FERCAM, FM Logistic, GEODIS, Innocenti Depositi, Jungheinrich, Logistica Uno, NEOlogistica, Norbert Dentressangle, Number1 Logistics Group, OM STILL, Replica Sistemi, Silvano Chiapparoli Logistica, TESISQUARE®, Zeroquattro; Acxelera Italia, Gruppo Arcese, Brivio&Viganò, CHEP Italia, ConsiCupra, Difarco, Generix Group, Interporto Bologna, Linde Material Handling Italia, LOG4, Multilogistics. Hanno partecipato direttamente ai lavori dell'Osservatorio alcuni Direttori Logistica & Operations di aziende committenti: Auchan, BasicItalia, Bayer, Bonduelle, Brembo, Chicco Artsana, Composad, Coop Consorzio Nord Ovest, Daikin, Dow, Granarolo, Gruppo PAM, Gucci, la Rinascente, Lechler, Leroy Merlin, Mondadori, Mondelez, Nestlé, Rhiag Group, Riello, Saipem, Samsung, Sirap Gema.

**Ufficio stampa School of Management del  
Politecnico di Milano**

Barbara Balabio  
Tel.: 02 2399 9578  
email [barbara.balabio@polimi.it](mailto:barbara.balabio@polimi.it)  
Skype barbara.balabio  
[www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)

**d'I Comunicazione:**

Stefania Vicentini  
sv@dicomunicazione.it  
Mob.: 335 5613180  
  
Piero Orlando  
po@dicomunicazione.it  
Mob.: 335 1753472

*Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano ([www.osservatori.net](http://www.osservatori.net)) vogliono offrire una fotografia accurata e continuamente aggiornata sugli impatti che le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) hanno in Italia su imprese, pubbliche amministrazioni, filiere, mercati ecc. Gli Osservatori sono ormai molteplici e affrontano in particolare tutte le tematiche più innovative: Agenda Digitale, Big Data Analytics & Business Intelligence, Canale ICT, Cloud & ICT as a Service, Cloud & ICT nella Pubblica Amministrazione, Collaborative Business Application, Digital Business - Innovation Academy, eCommerce B2c, eGovernment, eProcurement nella PA, Fatturazione Elettronica e Dematerializzazione, Gestione dei Processi Collaborativi di Progettazione, Gioco Online, HR Innovation Practice, ICT & PMI, ICT & Professionisti, ICT Accessibile e Disabilità, ICT nel Real Estate, Innovazione Digitale in Sanità, Innovazione Digitale nel Retail, Innovazione Digitale nelle Utility, Innovazione Digitale nel Turismo, Internet of Things, Intranet Banche, Mobile & App Economy, Mobile Banking, Mobile Enterprise, Mobile Marketing & Service, Mobile Payment & Commerce, Multicanalità, New Media & New Internet, New Slot & VLT, Smart Working, Startup Digitali, Supply Chain Finance.*