

E-COMMERCE ALIMENTARE: UN BENEFICIO CHE PUÒ DIVENTARE UN PROBLEMA. SOLUZIONI?

Pubblico numeroso, attento e partecipe all'appuntamento autunnale di OITA del 14 novembre a Roma "Il trasporto degli alimenti tra logistica ed e-commerce". Sul tavolo un tema di estrema attualità: le opportunità e le conseguenze dell'esplosione dell'e-commerce e soprattutto di quello alimentare. Alcune soluzioni dal panel coinvolto dall'Osservatorio

Roma, 16 novembre 2017. Che cosa succede quando ordiniamo la spesa online o ci facciamo consegnare a domicilio un pranzo pronto confezionato in un ristorante a pochi chilometri di distanza? E se quel che accade comporta problemi, quali soluzioni sono disponibili ed auspicabili per risolverli? A queste domande ha cercato di fornire risposte efficaci l'appuntamento autunnale dell'Osservatorio Interdisciplinare Trasporto Alimenti a Roma, dedicato al **trasporto degli alimenti tra logistica ed e-commerce**.

La valenza economica e di sviluppo del fenomeno e-commerce alimentare è evidente e costituisce un'opportunità per il nostro Paese. La crescita delle esportazioni agroalimentari, uno dei traini della ripresa in atto, ha anche una componente di e-commerce rivolta ai consumatori finali, specie in settori come il vino e l'olio. Le start-up italiane nel settore si comportano in media meglio che in altri ambiti, nonostante la quantità di finanziamenti che ricevono sia proporzionalmente minore di altri settori.

Aziende internazionali come **UPS** e start-up come **Orto In Tasca**, che hanno portato la propria testimonianza al convegno, stanno valorizzando a proprio vantaggio lo sviluppo del mercato, che nel **2017** per il Food&Grocery vale **849 milioni di euro, +43% rispetto al 2016**, di cui l'87% attribuibile all'alimentare vero e proprio. Il **solo sottosettore dei cibi pronti** cuba per oltre **200 milioni di euro**, con una crescita del **66%**.

È un settore che funziona, che **fornisce ciò che promette**, come hanno reso evidenti le dimostrazioni compiute in diretta di **ordinazioni di tre tipologie di prodotti** (spesa da supermer-

Sostenitori



Media partner



Con il patrocinio di



cato, pasticceria e piatti pronti surgelati), consegnate nei tempi stabiliti direttamente alla sede del convegno, dove i cibi sono stati utilizzati per il buffet finale. Sono stati offerti prodotti **Eismann**, uno dei protagonisti con **Simone Boeretto** del segmento dei surgelati consegnati direttamente a casa.

Ma cosa comporta il funzionamento degli alimentari a domicilio? Conseguenze potenzialmente critiche: **crece il traffico logistico, specie in ambito urbano**. Secondo un recente studio di **McKinsey** il numero dei **veicoli commerciali in circolazione è cresciuto nel mondo del 32 per cento tra il 2006 e il 2014**. Nell'area urbana di **Londra i veicoli commerciali rappresentano il 10% del parco circolante ma il 30% delle emissioni**. Entro il **2025 un quarto dei clienti dell'e-commerce chiederà la consegna in giornata o anche più rapida**, incrementando ancora la pressione del traffico commerciale e ponendo nuove sfide ai tentativi di ottimizzazione, che i più pessimisti condannano già al fallimento.

Massimo Marciani, notissimo esperto del settore e componente del comitato scientifico di OITA ha messo bene in luce questi problemi, approfonditi nel nuovo Quaderno del **Freight Leaders Council**, "**La logistica ai tempi dell'e-Commerce**", presentato in anteprima dal suo presidente **Antonio Malvestio**.

Dopo lo scenario sulla situazione e sui problemi, dal convegno OITA sono arrivate alcune proposte di soluzione, riassumibili in **spinta logistica scientifica, nella tecnologia dei trasporti e degli allestimenti, dei contenitori, della telematica, nella normativa, introduzione di certificazioni volontarie, unite ad un'intelligente regolazione della city logistics**. Tra i protagonisti del lato soluzioni è intervenuto **Franco Fenoglio** di **Scania**, azienda leader nelle soluzioni sostenibili di trasporto che da anni investe in innovazione nell'efficienza, la riduzione delle emissioni e l'ottimizzazione nell'utilizzo dei veicoli; ma anche **Giovanni Masciali** di **Sealed Air**, multinazionale leader nel packaging alimentare con cui si garantisce la sicurezza degli alimenti freschi e se ne allunga la "vita utile", con impatti positivi sulla logistica. OITA ha presentato il proprio contributo con le tesi di ricerca realizzate da **Federico Tampieri** e **Davide Bazzigotti**, in collaborazione con il **Centro di Ricerca sulla Supply Chain Alimentare** dell'Alma Mater Studiorum di Bologna diretto da Riccardo **Manzini**, rappresentato da **Fabio Gallo** e **Alessandro Tufano**, e dedicate rispettivamente alle nuove modalità logistiche rese necessarie dall'e-commerce alimentare e all'Internet of Things nel trasporto delle merci de-

Sostenitori



Media partner



Con il patrocinio di



peribili, e rese possibili da **Lamberet** e **Volkswagen Veicoli Commerciali**. Per queste ultime hanno commentato i risultati rispettivamente **Sandro Mantella** e **Luca Bedin**.

Dal convegno è emerso però che il fenomeno del cibo online è estremamente variegato e complesso. Per esempio, **Clara Rizzozi, presidente dell'Osservatorio**, ha rilevato che in Italia sono operativi almeno **otto diversi modi di vendere cibo online, con cinque soluzioni di consegna al cliente, servite da almeno una mezza dozzina di soluzioni logistiche invisibili all'utente**. Una matrice multidimensionale che disegna un panorama di sostenibilità economica e sociale, in continuo mutamento per l'evoluzione delle richieste dei clienti e delle offerte degli operatori. OITA è quindi impegnata nella ricerca sul settore, in collaborazione con operatori, aziende alimentari e della distribuzione e altre entità che ne condividono gli obiettivi. Un esempio di queste iniziative complementari è il progetto che **CiBi Lab** ha messo a punto per una ricerca socio-tecnica sul **food delivery**, presentata in chiusura dell'incontro da **Marta Pietroboni**.

Il convegno è stato realizzato grazie alla collaborazione di Roma Metropolitane. Le presentazioni effettuate nel corso del convegno sono disponibili a richiesta rivolgendosi all'ufficio stampa di OITA.

CON IL SOSTEGNO DI



CON LA PARTECIPAZIONE DI



SI RINGRAZIA PER LA COLLABORAZIONE



PARTNER DELL'EVENTO



OITA - Osservatorio Interdisciplinare Trasporto Alimenti - L'Osservatorio Interdisciplinare Trasporto Alimenti - OITA - è un polo consultivo e propositivo con la finalità di indagare e approfondire le tematiche connesse al trasporto del cibo, dei prodotti freschi in genere e di quelli che necessitano di una conservazione a temperatura controllata (farmaceutici, cosmetici, alimenti pronti e cotti).

Sostenitori



Media partner



Con il patrocinio di





L'Osservatorio Interdisciplinare Trasporto Alimenti - OITA - è un polo consultivo e propositivo che vuole approfondire le tematiche connesse al trasporto del Food&Beverage

L'OITA non ha fini di lucro e non è emanazione di partiti politici, lobby, associazioni commerciali e/o finanziarie. Obiettivo dell'OITA è proporre e promuovere iniziative e attività di generi alimentari freschi, secchi e a temperature controllate, nonché trasporto, distribuzione e logistica di prodotti farmaceutici sottoposti allo stesso regime di controllo della temperatura e anche il trasporto di animali vivi.

L'attività dell'OITA si basa sulle entrate economiche derivanti esclusivamente da eventuali contributi/conferimenti di soggetti sostenitori, finalizzati all'organizzazione delle iniziative promosse dall'Osservatorio, quali l'attività di master, dottorandi e borse di studio, di ricerca, survey e censimento, di pubblicazione di Libri, Notiziari e Quaderni.

Per informazioni:

Studio Comelli

Aurora Marin

Stefania Nano

press@studiocomelli.eu

02 22 22 83 45

Ufficio stampa



Via Vigevano, 1 - 20144 Milano Tel. 02 22228345

press@studiocomelli.eu www.studiocomelli.eu

Sostenitori



Media partner



Con il patrocinio di

