

26/10/2021

Un libro bianco di FM Logistic sulla sostenibilità

Il testo esamina le strategie per rendere la supply chain una leva verso un'economia più responsabile. Attraverso interviste con i protagonisti del settore e presentazioni di interessanti case history, Business as usual is dead. How can the supply chain enable new consumption models? analizza le idee per una logistica che necessita di reinventarsi per promuovere un business all'insegna della sostenibilità ambientale e sociale.

Il libro bianco parte dalla convinzione che gli attuali modelli economici non siano più sostenibili e che una gestione responsabile della supply chain possa avere un enorme impatto nel garantire un rapido cambiamento. **Le stime del World Economic Forum evidenziano infatti che otto catene di approvvigionamento (alimentare, edilizia, moda, beni di largo consumo, elettronica, automotive, servizi professionali e trasporto merci) sono responsabili di oltre il 50% delle emissioni globali di gas serra.**

In questo scenario, è fondamentale **dare vita a sistemi di cooperazione che coinvolgano tutti gli attori del settore** – dai produttori alle autorità pubbliche, passando per le società di logistica e i retailer –, ma anche trovare nuove soluzioni

in grado di favorire la sostenibilità ambientale. In Francia e Spagna, ad esempio, [FM Logistic](#) e la sua consociata NG Concept hanno lanciato **un progetto per generare idrogeno utilizzando l'elettricità prodotta dai pannelli fotovoltaici sui tetti dei magazzini**. L'idrogeno è utilizzato per alimentare i carrelli elevatori e i furgoni alimentati da celle a combustione presenti all'interno delle piattaforme logistiche. Un altro caso di studio è **il pooling, una soluzione che prevede la condivisione delle risorse logistiche (magazzini, centri di stoccaggio, veicoli di consegna) per massimizzare i costi e l'efficacia ambientale per i produttori con prodotti simili**. Un progetto che è stato sviluppato e migliorato da FM Logistic a partire dai primi anni 2000.

Image: FM_White%20Paper%281%29.png

La pandemia e il conseguente sviluppo dell'e-commerce hanno rappresentato un altro elemento di forte cambiamento dei modelli di business. Gli operatori logistici si sono quindi trovati a fronteggiare la sfida di garantire consegne in tempi sempre più rapidi mantenendo però la salvaguardia dell'ambiente. **Una delle iniziative proposte da FM Logistic sono i city corner che prevedono punti di ritiro e consegna automatizzati di quartiere nei centri urbani**. In India FM Logistic sta invece collaborando con una azienda agri-tech locale per sviluppare un sistema di consegna che **opera esclusivamente con una flotta verde di 50 veicoli elettrici a tre ruote che effettuano consegne iper-locali a negozi e consumatori**.

Il benessere e la salute dei dipendenti è un altro pilastro su cui deve fondarsi il

concetto di sostenibilità. A dimostrarlo è anche un sondaggio di OpinionWay del 2020 condotto in Francia per SprintProject sul rapporto dei consumatori con i servizi di consegna, da cui emerge **che l'87% degli intervistati crede che le piattaforme digitali dovrebbero essere più socialmente responsabili sulle questioni di protezione dei lavoratori.** FM Logistic ha collaborato con l'Università di Tecnologia di Compiègne (Francia) per progettare **un esoscheletro per magazzinieri e imballatori.** I test su 20 volontari hanno aiutato a creare la tuta simile a uno zaino di 2,8 kg chiamata **"Ergoskel" che permette di ridurre lo sforzo abituale di circa il 70%.**

Il documento in inglese è disponibile [qui](#).

Informazioni su FM Logistic

Fondata in Francia nel 1967, FM Logistic è una società di logistica indipendente a proprietà familiare con un fatturato di 1,38 miliardi di euro nell'esercizio fiscale concluso a marzo 2021. È attiva in 14 paesi in Europa, Asia e America Latina (Brasile) e ha più di 27.500 dipendenti FTE. FM Logistic investe nell'innovazione per offrire servizi di filiera che rispondano al cambiamento del comportamento dei consumatori, alla crescita dell'e-commerce, alla distribuzione omnicanale e alla sostenibilità. Dispone di un portafoglio equilibrato di aziende internazionali e locali nei settori dei beni di largo consumo, vendita al dettaglio, profumi e cosmetici, produzione industriale e sanità.