

10/12/2018

## Logistica dell'ultimo miglio, sostenibile è meglio

Che si tratti di attenzione all'ambiente, di tutelare i diritti dei lavoratori o di ridurre consumi e costi, la sostenibilità è un aspetto sempre più richiesto dai consumatori, dalle aziende e dalla Comunità europea. Secondo un'indagine condotta da Dnv GL insieme a Gfk Eurisko infatti, **per oltre nove aziende su dieci la sostenibilità è un aspetto tenuto in considerazione nelle decisioni di acquisto**, in misura "molto rilevante" per un'impresa su tre.

In particolar modo, l'attenzione è rivolta al ciclo di vita del prodotto: **i consumatori iniziano a percepire l'importanza dell'impatto ambientale dell'ultimo miglio della catena di produzione e, per otto aziende su dieci, essi rappresentano il gruppo di stakeholder con il maggiore peso in materia di sostenibilità della filiera**. Sono la distribuzione e la logistica le attività della parte finale della filiera che ancora oggi presentano grosse criticità in termini di sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

Le aziende produttrici sanno che mettere sul mercato un prodotto realmente sostenibile significa controllarne l'impatto sull'intera filiera, dal processo produttivo passando per la distribuzione, fino allo smaltimento: infatti, **il 67% delle imprese italiane ha intenzione di compiere almeno un'azione per migliorare la sostenibilità della propria filiera entro i prossimi tre anni**, lavorando su fornitori e logistica.

I supply manager guadagnano sempre più a fornitori qualificati, trasparenti e affidabili; a realtà capaci di innovarsi e abbracciare nuove tecnologie più efficienti e sostenibili. È questo che dà valore alla filiera produttiva e permette alle aziende di immettere sul mercato un prodotto sostenibile in tutto il suo ciclo di vita. **Dunque per rendere più efficiente la supply chain non si può prescindere dall'ottimizzazione e dall'innovazione sostenibile del sistema logistico aziendale.**

Rendere un servizio di logistica sostenibile significa porre attenzione innanzitutto al trasporto di merci e persone e ai consumi di carburante e relative emissioni inquinanti in atmosfera e, poi, alla logistica del territorio (sviluppo di reti locali per ottimizzare la mobilità e i consumi energetici in città). **Investire in soluzioni sostenibili per la logistica rappresenta dunque un vantaggio nel lungo periodo poiché permette al fornitore del servizio di**

**integrarsi all'interno di una filiera virtuosa**, oltre che di presentarsi al mercato come un partner sostenibile e autorevole per le aziende produttrici, uscendo dalla pura leva del prezzo come unico elemento discriminante per accreditarsi verso il committente.

Per i fornitori, tale posizionamento è elemento essenziale e ricercato dalle aziende, in quanto permette loro di identificare, valorizzare e comunicare la reale sostenibilità del prodotto. Ma il valore di diventare un partner sostenibile è duplice: un riconoscimento, un marchio o una sito: [www.sos-logistica.org](http://www.sos-logistica.org) email: [segreteria@sos-logistica.org](mailto:segreteria@sos-logistica.org) certificazione in tale senso, garantisce - e dimostra - all'azienda, così come al consumatore che il prodotto che acquista è certamente a basso impatto ambientale, quindi non dannoso per la salute e l'ambiente. Ecco perché un operatore che offre un servizio logistico con approccio sostenibile è in grado di differenziarsi e diventare più competitivo. Senza contare che le normative e gli obiettivi europei impongono alle imprese di rispettare norme e soglie di emissioni; come nel caso del nuovo regolamento "Made Green in Italy" per l'attuazione dello schema nazionale volontario per la valutazione e la comunicazione dell'impronta ambientale dei prodotti.

Insomma, il futuro della logistica è green ma è oggi, nel presente, il momento in cui i manager e gli imprenditori più lungimiranti devono scegliere di riprogettare prodotti e processi in ottica sostenibile.

**di Silvia Argentiero di Non Solo Ambiente**