

Trasporti & Logistica: Al centro del cambiamento

Mentre le aziende leader mondiali si precipitano a trasformare digitalmente le aree chiave della loro attività, l'industria dei trasporti e della logistica rischia di rimanere indietro. Con gli investimenti in calo e il cartaceo che rappresenta ancora un pilastro, cosa devono fare le aziende di trasporto e logistica per soddisfare le esigenze di un mondo digitale?

Pare che la trasformazione digitale sia in piena attuazione nel settore dei trasporti e della logistica (T&L). Ogni giorno ci piovono addosso notizie sugli sviluppi cardine di alcuni dei nomi più importanti del settore. Ad esempio, diversi importanti vettori transoceanici hanno aderito alla piattaforma [TradeLens di IBM & Maersk](#), [DHL sta promuovendo una tecnologia abilitata per l'Internet of Things](#) per dare una svolta alla sua attività e [Virgin Cargo sta collaborando con Accenture](#) per reinventare il modo in cui i clienti prenotano i servizi con la compagnia aerea.

Ma le notizie possono essere fuorvianti. La trasformazione digitale nel settore T&L è ancora lenta e frammentata, il che non dovrebbe essere così sorprendente. Il settore non ha mai brillato in termini di adozione rapida dell'innovazione. Ad esempio, [nel 2010 la International Air Transport Association \(IATA\) ha introdotto lettere di vettura aeree in formato elettronico](#) per promuovere la digitalizzazione della supply chain nel trasporto aereo di merci. Quasi un decennio dopo, [la penetrazione nel mercato ha appena superato il 50%](#).

Non sono solo le compagnie aeree che lottano per promuovere la trasformazione nel loro settore: [la maggior parte degli spedizionieri, al di fuori dei nomi più importanti, gestiscono ancora i processi manualmente e attraverso decine di migliaia di documenti cartacei all'anno](#). E il settore nel suo

complesso fa fatica ad adottare le misure necessarie per rendere predefinite funzionalità di prossima generazione quali "traccia e monitora" e "visibilità della supply chain end-to-end".

Eppure, la lotta per definire il futuro del settore è in corso e non c'è tempo da perdere. Le società del settore T&L possono insistere e far sì che la trasformazione digitale diventi una priorità, oppure possono restare ferme e rischiare di rimanere indietro in un ambiente commerciale sempre più frenetico e dinamico.

Catalizzatore del cambiamento

Anche se le aziende del settore T&L non riconoscono alcun incentivo interno al cambiamento, tutto ciò che devono fare è guardare il mondo che le circonda. Da ogni parte si assiste a forti pressioni, che mettono in discussione i loro modelli di business e le linee di ricavi esistenti.

Regolamenti e legislazione

Dopo i tragici eventi dell'11 settembre 2001, i governi e le autorità di regolamentazione di tutto il mondo hanno varato una serie di nuove normative al fine di rafforzare la sicurezza e mitigare il rischio che un evento simile si ripeta. Queste misure hanno costretto le aziende di T&L ad adottare strumenti digitali per conformarsi più facilmente alle nuove normative doganali e di sicurezza.

Attualmente stiamo assistendo a un ritorno di pressioni simili, dato l'ambiente geopolitico sempre più ostile. In particolare, le autorità doganali stanno costringendo i vettori a fornire sempre più dati in modo tempestivo, mettendo le compagnie aeree, le compagnie di navigazione e altri vettori sotto forte pressione per consentire ai loro principali sistemi di

gestione del carico di affrontare le nuove esigenze. Inoltre, tutte le aziende addette al trasporto di merci pericolose, prodotti farmaceutici e alimenti devono soddisfare requisiti ancora più rigorosi.

Se non soddisferanno questi requisiti, le aziende andranno incontro a sanzioni sempre più onerose. Potrebbero persino essere soggette a restrizioni su dove e come operare, soprattutto se scoperte a trasportare merci o carichi illegali da Paesi sanzionati.

Instabilità geopolitica

Con l'aumentare delle tensioni geopolitiche, aumenta anche il rischio di interruzioni della supply chain. Di fronte a problemi come la Brexit, dimostrazioni improvvise come quelle cui abbiamo assistito a Hong Kong o la guerra commerciale tra Cina e Stati Uniti, le aziende di T&L devono essere più flessibili e adattabili. In realtà, invece, molte si ritrovano in difficoltà a causa dei loro sistemi e processi ormai datati.

La trasformazione digitale delle AP può rappresentare un buon punto di partenza per molte aziende. Favorisce rendimenti rapidi ed è un aspetto fondamentale per gli sforzi di trasformazione digitale di qualsiasi azienda.

Aumento della domanda dei clienti

L'aumento della domanda dei clienti è un'altra pressione che costringe l'industria T&L a diventare digitale.

Se le aziende B2B cercano di espandere la propria attività negli angoli più remoti del mondo, la gestione della supply chain diventa sempre più complessa. Le aziende richiedono maggiore velocità e contributi da parte dei partner T&L, per soddisfare le esigenze dei clienti e promuovere la visibilità nella loro supply chain.

Nell'area B2C, invece, i consumatori chiedono che i loro prodotti arrivino in modo affidabile, rapido ed economico. Le aziende di logistica hanno il potere di realizzare tutto ciò, ma devono evolversi per garantire che queste esigenze siano soddisfatte.

Concorrenza

L'innovazione nei trasporti sta anche riducendo i costi di spedizione delle merci in tutto il mondo. Sebbene questo sia un fattore certamente positivo per i clienti delle aziende di T&L, è iniziata una corsa al ribasso, con gli attori principali del settore T&L costretti a tagliare i costi per restare competitivi. Mosse che riducono i margini e incidono sulla redditività.

Inoltre, esiste una serie di startup "aggressive" che entrano nel settore e cercano di destabilizzare gli attori affermati offrendo soluzioni più incentrate sul cliente e più digitalizzate.

Primo passo verso la trasformazione digitale

Per far prosperare un'attività in un mondo incerto, la trasformazione digitale deve essere una priorità assoluta. Il settore T&L ha un'opportunità d'oro per trarre vantaggio dai cambiamenti che gli sono stati imposti e usarli come catalizzatori del cambiamento.

La domanda è: da dove cominciare? Le tecnologie più "chicchierate", come AI, Internet of Things e blockchain, possono catturare l'immaginazione e fornire casi d'uso convincenti che consentono alle aziende di ottimizzare, sviluppare nuovi servizi, migliorare i margini e, infine, aumentare i profitti. Ma per molte aziende del settore tutto ciò è probabilmente fuori portata in questo momento. Bisogna invece partire dalle basi giuste. Ciò include il controllo delle operazioni di back office, come fatture passive (AP) e altri aspetti relativi a finanza e controllo.

In effetti, la trasformazione digitale delle AP può rappresentare un buon punto di partenza per molte aziende. Essa favorisce rendimenti rapidi ed è un aspetto fondamentale negli sforzi di trasformazione digitale di qualsiasi azienda.

Molte aziende gestiscono le fatture passive con processi scarsamente efficienti. In media, il settore impiega 9 giorni o più per elaborare le fatture. Ciò comporta sprechi interni consistenti, con un gran numero di dipendenti che passano il loro tempo a setacciare pile di documenti e gestire processi inefficienti.

Un rapporto dell'anno scorso di Drewry suggerisce che continuare a utilizzare processi di fatturazione e pagamento antiquati **costa al settore 34,4 miliardi di dollari all'anno. Il Boston Consulting Group invece stima che l'automazione dei processi manuali ora possa ridurre fino al 40% alcuni costi di back-office e operazioni.** Si tratta di un'importante quantità di denaro che può essere risparmiata e utilizzata in modo più efficiente.

Inoltre, usare processi di approvazione delle fatture dati significa che le società T&L non sono in grado di

sbloccare valore attraverso strumenti come il finanziamento dei fornitori. Questi offrono alle aziende la possibilità di distribuire in modo più strategico la liquidità in eccesso o migliorare le prestazioni del capitale operativo. Consentono inoltre di sostenere la supply chain garantendo l'accesso al flusso di cassa necessario. E, in un ambiente sempre più competitivo, strumenti strategici come questi possono fare la differenza tra successo e fallimento.

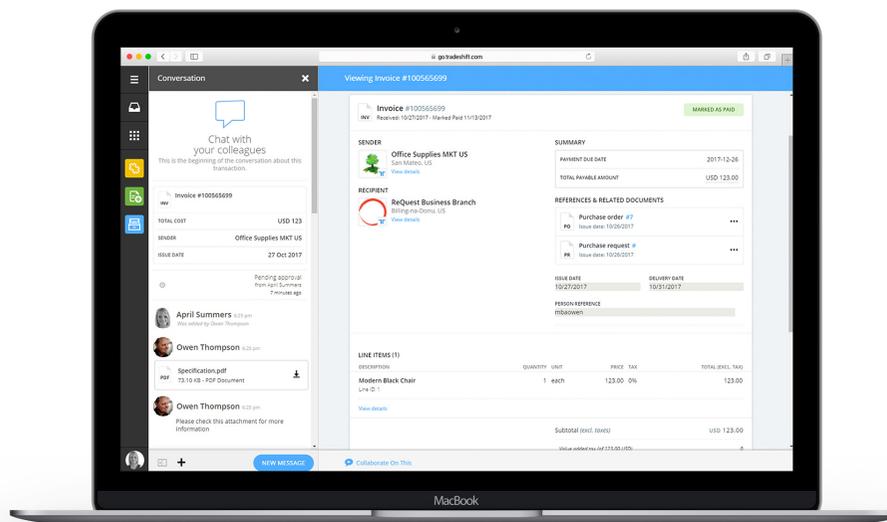
T&L 2.0

La trasformazione digitale delle AP e le modalità di interazione con la supply chain non consentono solamente di ottenere benefici a breve termine, ma anche di creare le condizioni per un successo a lungo termine. Sfruttare una rete aziendale e digitalizzare il modo in cui si lavora con la propria supply chain è un aspetto fondamentale per la crescita futura.

Una volta attuato questo aspetto fondamentale, sarete nella giusta condizione per favorire maggiore innovazione attraverso la supply chain. Ad esempio, avrete accesso a una vasta gamma di dati che potrete sfruttare per ricavare informazioni dettagliate. Questo basterà per dare alla vostra azienda il potere di sviluppare soluzioni nuove e innovative per i clienti, in grado di soddisfare le loro mutevoli esigenze.

Muoversi a un ritmo rapido

Il settore T&L deve muoversi alla velocità di Internet e continuare a fornire valore ai clienti. Pertanto, la trasformazione digitale non deve essere un esercizio una tantum, ma un processo costante e in continua evoluzione. Ci sono molte mosse che le aziende possono intraprendere per iniziare, ma la digitalizzazione di AP e la connessione digitale con la supply chain su una rete è uno dei punti migliori da cui



iniziare. Perché, se non lo fate, potete restare certi che lo faranno i vostri concorrenti.

Caso di studio - Kuehne + Nagel

Tradeshift: Perché Kuehne + Nagel ha lanciato un programma di finanziamento della supply chain?

Roger Sutter, Tesoriere del gruppo: Circa sei anni fa abbiamo assistito a cambiamenti significativi nel nostro settore. I nostri clienti stavano spingendo oltre i termini di pagamento per restare aggrappati al loro denaro il più a lungo possibile. Nonostante abbiamo accettato questi nuovi termini di pagamento, la nostra azienda non è stata in grado di assorbire l'impatto, quindi abbiamo dovuto prolungare i nostri termini di pagamento.

Ci siamo resi conto che questo poteva causare interruzioni per i nostri fornitori, in particolare i più piccoli, che si sarebbero così trovati ad affrontare problemi di liquidità. Per evitarlo, abbiamo adottato una soluzione di finanziamento della supply chain: è lo strumento perfetto che ci consente di spingere oltre i nostri termini di pagamento continuando a supportare i nostri fornitori.

Tradeshift: Quali criteri seguite nel vostro programma di finanziamento della supply chain?

Roger Sutter: Convenienza e velocità. Il nostro obiettivo principale era garantire che i contanti raggiungessero i nostri fornitori il più rapidamente possibile senza costringerli a introdurre dolorose modifiche ai loro processi.

Tradeshift: Perché avete scelto Tradeshift per il Supply Chain Financing?

Roger Sutter: Avevamo già adottato le soluzioni di Tradeshift per la fatturazione elettronica, quindi molti dei nostri fornitori utilizzavano già la piattaforma per l'invio delle fatture. Per questo motivo abbiamo scelto di incanalare il finanziamento attraverso la stessa piattaforma. Ciò significava che i nostri fornitori potevano inviare fatture e optare per il finanziamento senza dover utilizzare una piattaforma alternativa e senza alcuna interruzione, con la velocità e la convenienza che cercavamo.

Ne abbiamo beneficiato anche noi. Utilizzando Tradeshift per tutti i nostri processi legati alla supply chain, abbiamo riunito tutti i dati dei nostri fornitori in un unico posto. Questo ci consente di avvalerci di un'unica fonte di dati su cui lavorare e semplifica la gestione e il monitoraggio della nostra supply chain.

Tradeshift: Avete affrontato delle difficoltà nell'avvio del programma?

Roger Sutter: Sì. È stato difficile trovare una banca che fornisse i finanziamenti. Nel 2015, molte banche non erano disposte a collaborare con una Fintech come Tradeshift perché non volevano condividere informazioni con terze parti o volevano che si utilizzasse solamente la loro soluzione. Per fortuna, Citi era diversa. Erano molto lungimiranti e felici di collaborare con Tradeshift per fornire la soluzione. E penso che la maggior parte delle banche abbia capito che la collaborazione con le startup Fintech è la strada da percorrere. Non credo che altre società avrebbero problemi simili a coinvolgere i finanziatori.

Tradeshift: Sei anni dopo, quali vantaggi ha offerto la soluzione?

Roger Sutter: Sin dal momento del suo lancio, la soluzione si è rafforzata sempre di più. Oggi siamo presenti in 14 Paesi e oltre 300 fornitori godono dei vantaggi del pagamento anticipato. Abbiamo sicuramente raggiunto tutti gli obiettivi che ci eravamo prefissati all'inizio, e siamo andati persino oltre. L'attenzione si concentra ora sul potenziamento della soluzione, sul lancio in più mercati e su nuovi fornitori.

INFORMAZIONI SU TRADESHIFT

Tradeshift guida l'innovazione della supply chain per l'economia digitale. In qualità di leader nelle soluzioni per mercati e pagamenti, la società aiuta i clienti e i fornitori a digitalizzare tutte le transazioni commerciali, a collaborare in ogni processo e a connettersi con qualsiasi app dedicata alla supply chain. Più di 1,5 milioni di aziende in 190 Paesi si affidano a Tradeshift per elaborare oltre 500 miliardi di dollari in transazioni, rendendola la più grande rete di business globale per l'acquisto e la vendita. Scopri il commercio per tutti su tradeshift.com/it