

DALLA PROMESSA ALLA CONSEGNA

Logistica in outsourcing per l'e-commerce

La leva strategica che unisce persone, processi e performance

18/02/2026

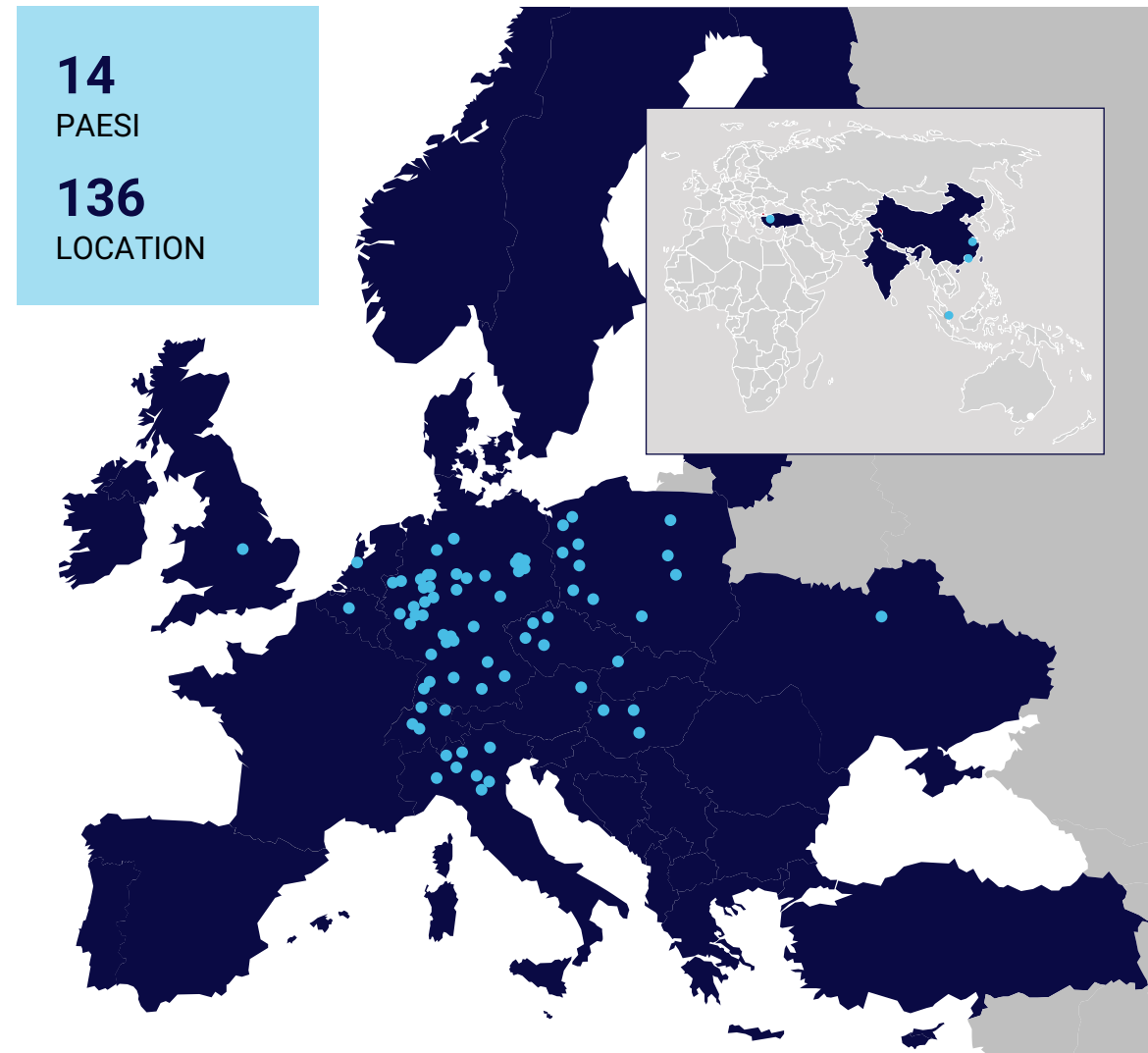
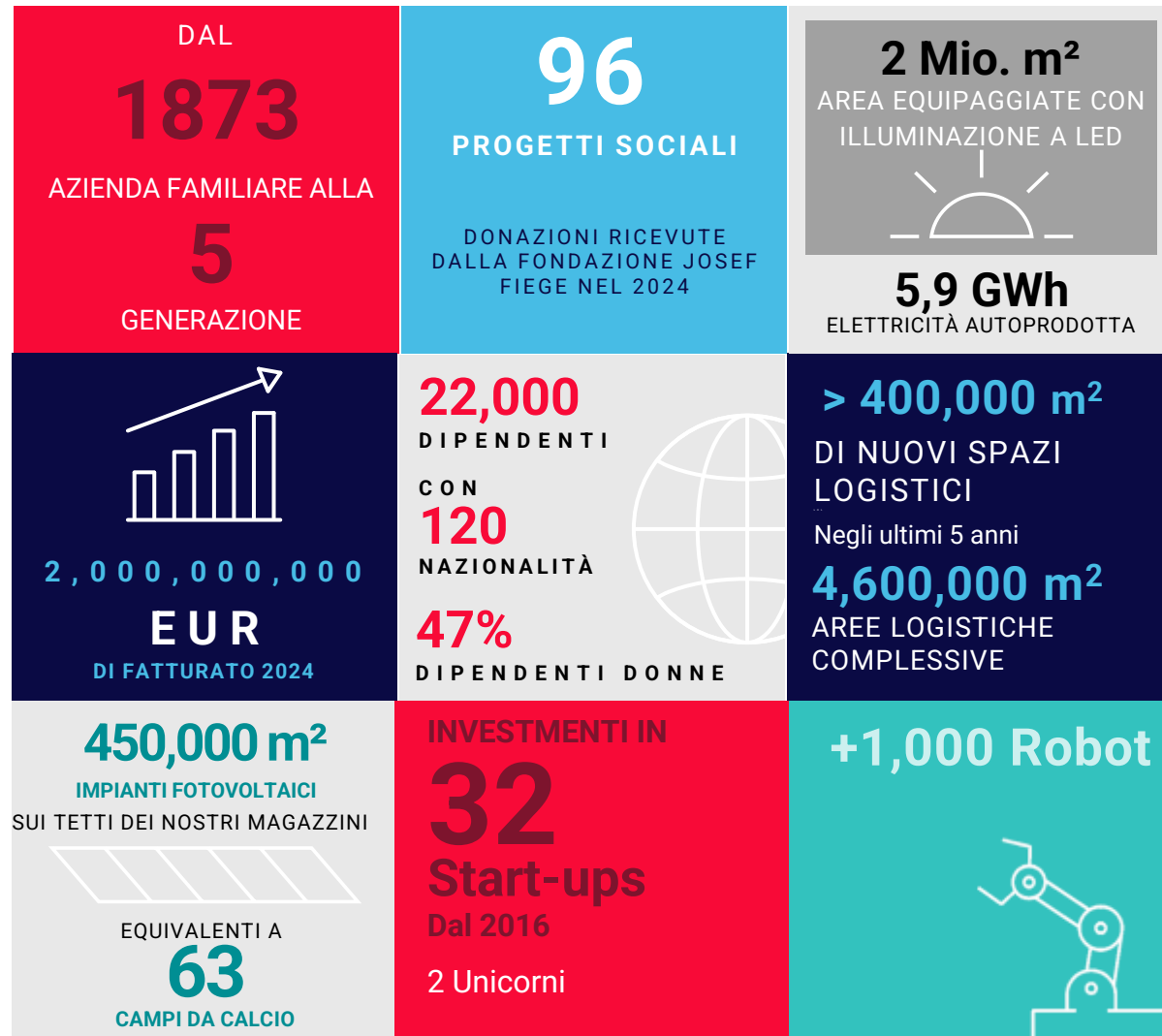
Alice Viscardi, Business Development Manager

Agenda

1. Dal click alla consegna: l'impatto dell'e-commerce sulla logistica
2. I processi di un magazzino e-commerce
3. Le sfide della logistica e-commerce
4. I vantaggi dell'outsourcing



FIEGE Facts and Figures



Benvenuti in FIEGE Italia



<p>1</p> <p>ARESE (MI)</p> <p>30,000 m² B2C & B2B Multi-Client (Fashion, Wine&Spirits, Beauty) 120 FTE</p>	<p>4</p> <p>NOGAROLE ROCCA (VR)</p> <p>270,000 m² B2C & B2B Fashion 2,000 FTE</p>	<p>7</p> <p>NOVARA (NO)</p> <p>60,000 m² B2B FMCG 250 FTE</p>
<p>2</p> <p>STRADELLA (PV)</p> <p>30,000 m² B2C & B2B Fashion, Petfood, Multi-Client 300 FTE</p>	<p>5</p> <p>MANTOVA (MN)</p> <p>6,000 m² B2C & B2B Fashion 25 FTE</p>	<p>8</p> <p>BENTIVOGLIO (BO)</p> <p>90,000 m² B2C & B2B Fashion 600 FTE</p>
<p>3</p> <p>CASTEL SAN GIOVANNI (PC)</p> <p>75,000 m² B2C & B2B Fashion, Beauty, Wine & Spirits 1,000 FTE</p>	<p>6</p> <p>ALTEDO (BO)</p> <p>50,000 m² B2B FMCG 300 FTE</p>	

Offriamo soluzioni specifiche per settore

Consumer Products



Fashion & Lifestyle



FMCG



Healthcare



Industry



Dal click alla consegna:

L'impatto dell'e-commerce sulla logistica

Quali processi attiva un semplice click?

Quando un cliente clicca “*Compra ora*”, in pochi secondi si attiva una catena di processi che coinvolge:



OMS e Logiche di Routing



WMS e Processi di Magazzino



Corrieri e Last Mile

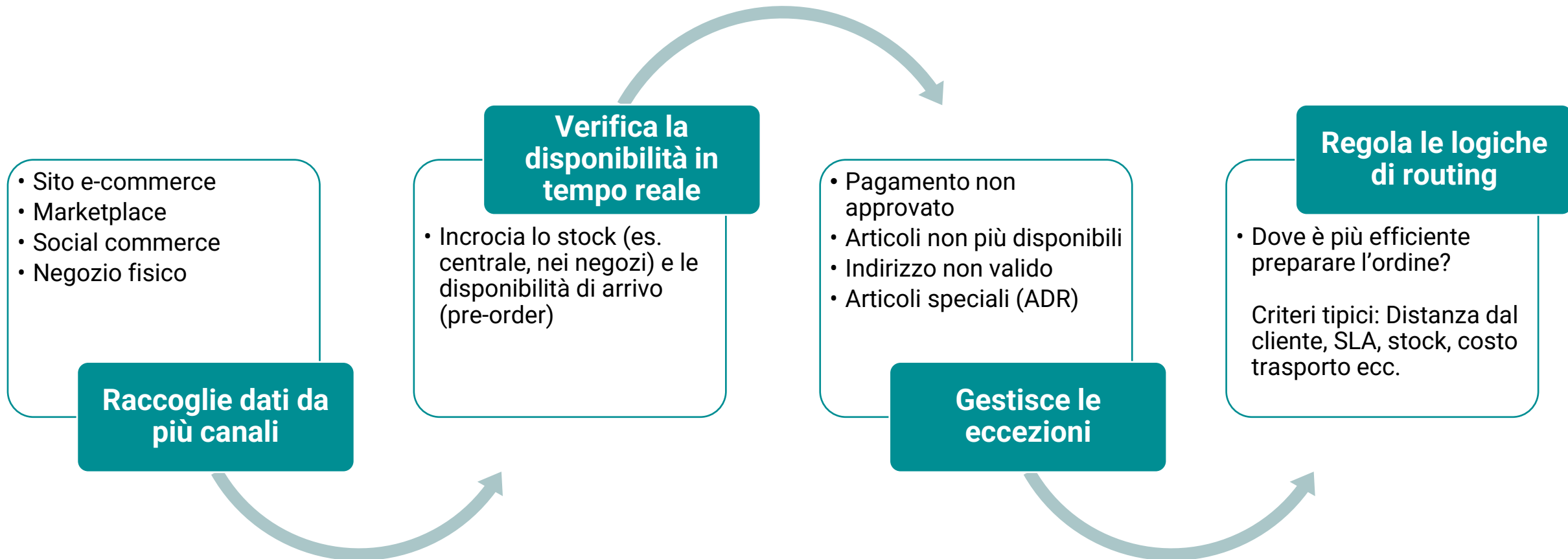


Customer Experience

OMS e Logiche di Routing



L'Order Management System è il **coordinatore** dell'intero percorso dell'ordine. Ma cosa fa concretamente?



WMS e Processi di Magazzino

Il WMS (Warehouse Management System) è il cervello operativo del magazzino: coordina **persone, processi** e **flussi informativi** per garantire che ogni ordine venga gestito in modo rapido, accurato e tracciabile.

Il WMS governa l'intero ciclo: dalla ricezione dell'ordine fino alla spedizione e all'eventuale gestione del reso.



Corrieri & Last Mile

DIVERSE MODALITÀ DI CONSEGNA...

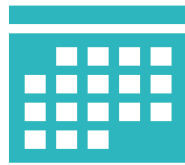
...PER FAR FRONTE ALLE CRITICITÀ DEL LAST TIME



**Corrieri
Tradizionali**



Express Delivery



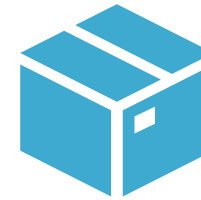
**Same-day
Delivery**



**Locker /
PUDO**



**Click &
Collect**



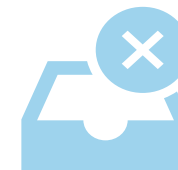
Resi



Costi



**Densità di
consegna**



**Consegne
Fallite**

Customer Experience

La gestione del magazzino influisce direttamente sulla **customer experience**, non solo quando tutto funziona correttamente, ma anche in caso di problemi.



Come si posiziona logistica?

L'e-commerce Logistics è un mondo complesso che coinvolge numerosi aspetti:



OMS e Logiche di Routing



WMS e Processi di Magazzino



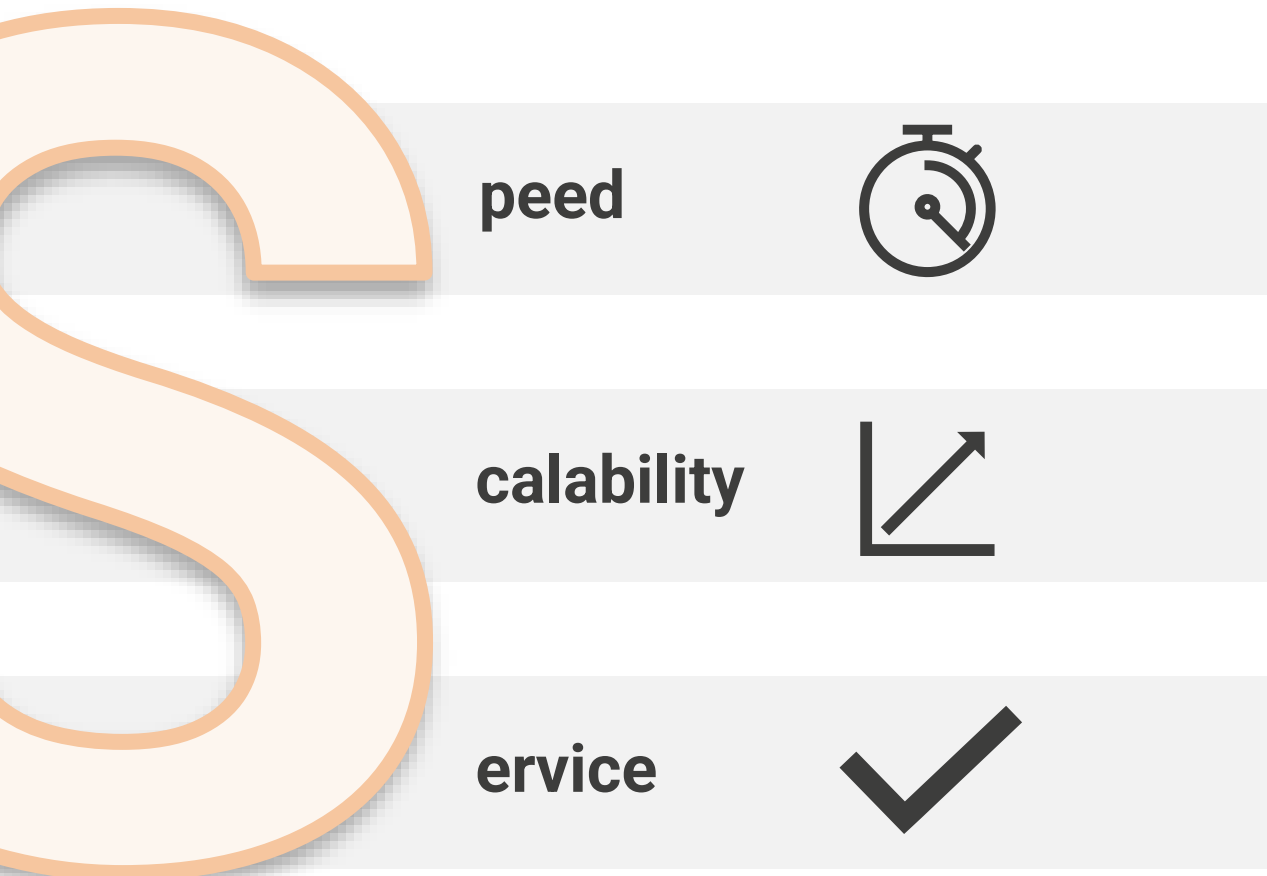
Corrieri e Last Mile



Customer Experience

Quali sono i fattori di successo di una logistica che si occupa di e-commerce?

Le “Tre S” della Logistica e-Commerce:



L'e-commerce vive su un equilibrio continuo tra velocità, scalabilità e qualità percepita dal cliente.

**L'e-commerce è estremamente democratico:
ogni ordine ha la stessa importanza**

Modelli di servizio e progettazione logistica

ASPETTO	LOGISTICA TRADIZIONALE B2B	LOGISTICA E-COMMERCE	OMNI-CHANNEL
Destinatario	Negozi, grossisti, CEDI	Cliente finale (B2C)	Clienti B2B e B2C (negozi, hub, cliente finale)
Volume per ordine	Più voluminosi e stabili	Ordini unitari, ad alta frammentazione	Misto: da unitario a multi-collo, forte dispersione
Frequenza di riordino	Maggiore pianificabilità	Continua, imprevedibile	Elevata e variabile, guidata dalla domanda cross-canale
Picking	Pallet/colli interi	Pezzi (unit picking) ad alta intensità	Ibrido: pallet, colli e pezzi (multi-modal picking)
Variabilità	Bassa variabilità di volumi	Elevata variabilità giornaliera	Molto elevata, picchi imprevedibili e stagionalità
SLA	Mediamente più ampi	SLA molto stretti (next-day / same-day)	Differenziati per canale (same-day, next-day, programmato)
Imballaggio	Standardizzato	Personalizzato, 1 ordine = 1 collo	Dinamico e adattivo (B2B standard + B2C personalizzato)
Consegna	Pianificata	Rapida, time-sensitive	Multi-modale: pianificata + express
Gestione resi	Limitata	Elevata e complessa	Strutturata e omnicanale (store, online, reverse logistics)
Costo finale	Diluito sul volume	Molto sensibile per ordine	Complesso da allocare, forte pressione sul margine
Efficienza	Efficienza calcolata non a pezzo / più alta	Efficienza più bassa se calcolata a pezzo	Dipende dall'orchestrazione dei flussi (rischio inefficienza se non governata)

Differenze tra logistica tradizionale ed e-commerce

- La logistica tradizionale lavora per **stock e volumi**
- La logistica e-commerce lavora per **ordine singolo e esperienza cliente**
- La variabilità e la rapidità diventano **fattori critici di successo**



La logistica e-commerce non è una “versione più veloce” di quella tradizionale.

È un modello operativo completamente diverso.

Differenze tra logistica tradizionale ed e-commerce

Quindi.... Cosa cambia per la logistica?

- Volumi frammentati e molto **variabili**
- Ordini più **piccoli** e più frequenti
- Lead time attesi sempre più **brevi**
- Cicli di vita dei prodotti più rapidi
- Pressione sui **resi** (10–40% degli ordini)
- Aumento della complessità del last-mile



Quali gli impatti diretti sulla filiera?

- Modelli di magazzino ripensati (strutture, organizzazione).
- Automazione e digitalizzazione accelerata (WMS avanzati, robotica)
- Reti di trasporto più frammentate e multi-corriere
- Logiche “customer centric” invece che “cost centric”

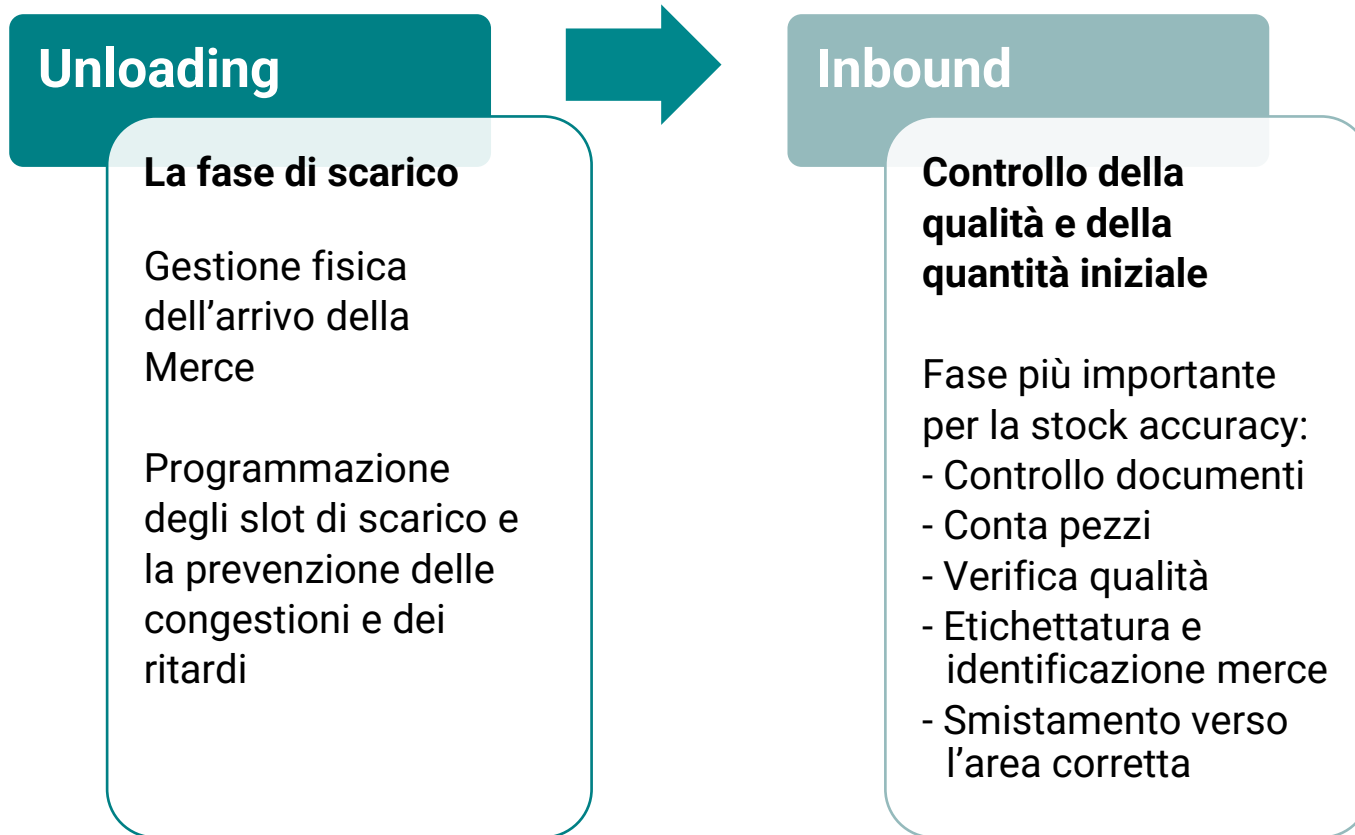
I processi di un magazzino e-commerce

Il flusso operativo di un magazzino e-commerce



1&2. Unloading & Inbound: l'ingresso della merce in magazzino

La qualità della logistica si costruisce all'ingresso, non all'uscita.



Impatto sulla catena logistica

Sono fasi fondamentali: Errori in unloading e inbound causano problemi nelle fasi successive (picking, packing, spedizioni, resi), aumentando costi e insoddisfazione del cliente.

Priorità: velocità e accuratezza nella ricezione.

Benefici di un inbound robusto: Un inbound efficace riduce costi operativi e migliora la customer experience assicurando la corretta identificazione delle merci.



3. Stoccaggio: organizzazione strategica della merce

Lo stoccaggio comprende le attività legate al posizionamento degli articoli in magazzino.
Ruolo strategico che va oltre l'operatività → influenza **tempi di picking** e **produttività degli operatori**

Putaway

Il WMS stabilisce dove va collocata la merce

Slotting

Percorso che l'operatore deve fare per recuperare la merce

→ Un layout ben progettato riduce percorrenze e congestioni, migliorando velocità e efficienza.

Replenishment

Rifornimento delle stazioni di picking

→ Cruciale perché mantiene il pick-face rifornito, garantendo continuità nel flusso operativo.
Se è vuoto, il flusso si arresta.

4. Stock accuracy: inventari continui e affidabilità

Stock accuracy: coerenza tra dati di sistema e stock fisico reale nel magazzino.

Non è un evento annuale ma un insieme di controlli continui che garantiscono l'affidabilità operativa: Inventari mirati, conteggi ciclici e audit garantiscono la precisione degli stock in modo ricorrente.

Impatti della scarsa accuratezza:

- Errori di picking
- Perdita della vendita
- Ritardi nella spedizione
- Aumento dei resi

Benefici dei controlli continui:

- Riduzione dei costi
- Miglioramento degli SLA
- Soddisfazione del cliente



5. Picking: modelli operativi

Il picking consiste nel **prelievo degli articoli** ordinati dai clienti.
Il processo più **misurato, critico e sensibile ai volumi**.

Diversi modelli di picking operativi:

- Single order
- Batch
- Multi-Order
- Zone picking
- Goods-To-Person

Impatto sulla produttività

La scelta del modello di picking influisce su produttività, errori e costi di gestione nel magazzino e-commerce.



Punto chiave: Assegnazione delle missioni da parte del WMS (Warehouse Management System)

L'assegnazione delle missioni non è casuale ma governata da:

- Priorità
- SLA
- Cut-off
- Saturazione delle aree
- Percorsi di picking ottimizzati

Obiettivo: mantenere flusso operativo fluido e dare priorità agli ordini urgenti

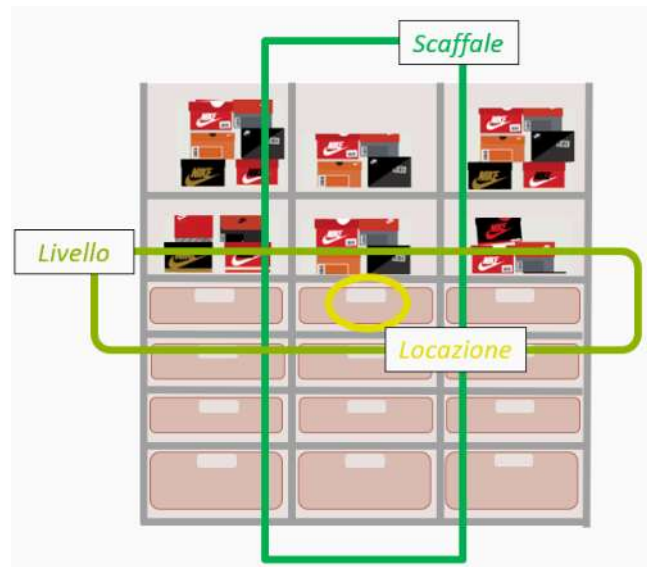


5. Pick: tecnologie di supporto

Obiettivo: Ridurre errori, migliorare l'ergonomia degli operatori

Tecnologie di Supporto al Picking

1. RF
2. Voice picking
3. Pick-to-light / Put-to-light
4. AMR (Autonomous Mobile Robots)
5. Sistemi GTP



6. Collection & Sortation

Quando il picking è massivo, gli ordini devono essere ricomposti nell'ordine corretto.



Manual Sortation (la più comune)

Basata su tavoli o pareti di smistamento, dove ogni prodotto viene scansionato e il sistema indica la destinazione corretta

Conveyor Sortation (automatico)

L'articolo viene scansionato e deviato automaticamente verso la sua destinazione.

Tipico dei grandi hub b2c con volumi elevati. Grande quantità di dati gestiti ma i costi sono significativi.



Sortation Walls (semi-automatico)

livello più evoluto: le celle luminose guidano l'operatore e permettono di gestire centinaia di ordini in parallelo riducendo l'errore.

Cart-Based Sorting (cluster cart)

Lo smistamento degli articoli avviene direttamente sul carrello dell'operatore mentre sta facendo il picking



7. Packing: dove nasce l'esperienza del cliente

Il packing inizia solo quando l'ordine è stato correttamente ricomposto dalla collection e sortation ed è validato come **Ready to Pack**.

Può includere:

- Controllo qualità finale
- Scelta di packaging adatto
- Materia riempitivo
- VAS (servizi a valore aggiunto): personalizzazione, pacchetti regalo, unboxing experience
- Applicazione etichette e documenti di trasporto

Benefici di un packing efficace:

1. Riduzione dei resi
2. Migliore percezione del brand
3. Ottimizzazione dei costi di trasporto

Servizi a Valore aggiunto

Servizi come gift wrapping e messaggi personalizzati migliorano l'esperienza cliente e la percezione del brand.



8&9. Parcel Sorting, Pallettizzazione, Shipping: dalla preparazione della spedizione

Il **Parcel sorting** (lo smistamento dei pacchi) è l'ultimo snodo critico prima dello shipping

Modalità di sortation:

- **Per Corriere:** ogni vettore ha orari di ritiro differenti, lane dedicate, unità di carico differenti
- **Per Servizio:** Standard, express, Same-day, Click & Collect, ecc... Se il servizio è sbagliato, il pacco non rispetta la promessa di consegna al cliente.
- **Per Destinazione Geografica:** Nord/ Centro/ Sud/ Isole, verso i macro-hub...
- **Per Dimensione / Peso** dei pacchi.

Obiettivo: evitare errori critici che compromettono gli SLA.



Pallettizzazione

Creazione delle unità di carico stabili e omogenee, rispettando regole di sicurezza per il trasporto efficiente.

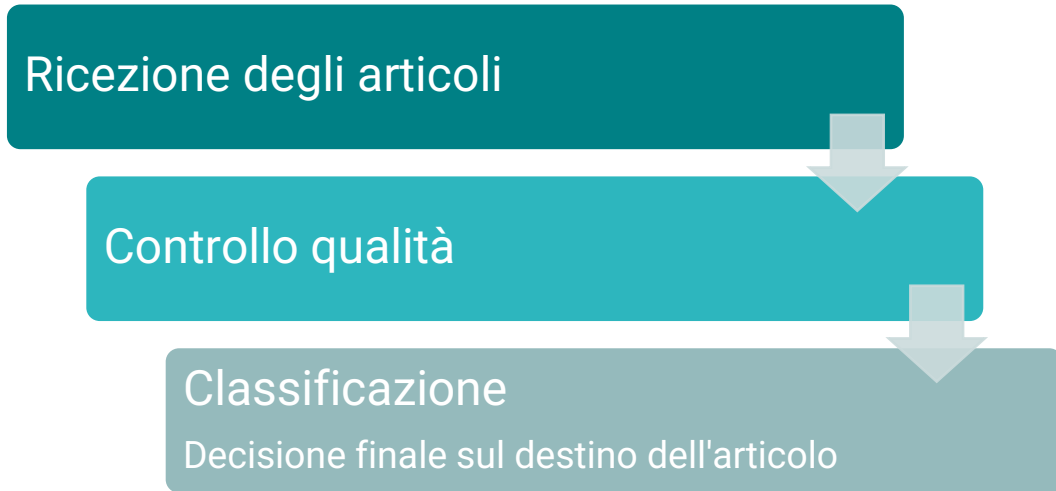


Shipping

Lo shipping include verifica delle UDC, chiusura manifest che attiva il tracking del pacco per il cliente.

10. Reverse Logistics: il reso cliente

Il reso è uno dei flussi più complessi della logistica e-commerce.



Vantaggio competitivo

Un buon processo di reverse logistics diventa un'opportunità strategica di margine e sostenibilità per il retailer.

Cause principali dei resi

- Assenza di contatto fisico
- Acquisti trial-based
- Politiche permissive



11. Il ricondizionamento

*Riduce
impronta
ambientale
per unità
venduta*

*Alimenta
l'economia
circolare*

*Abilita
modelli di
«second
life» sul
mercato*

*Sostenibilità
misurabile e
non
dichiarativa*

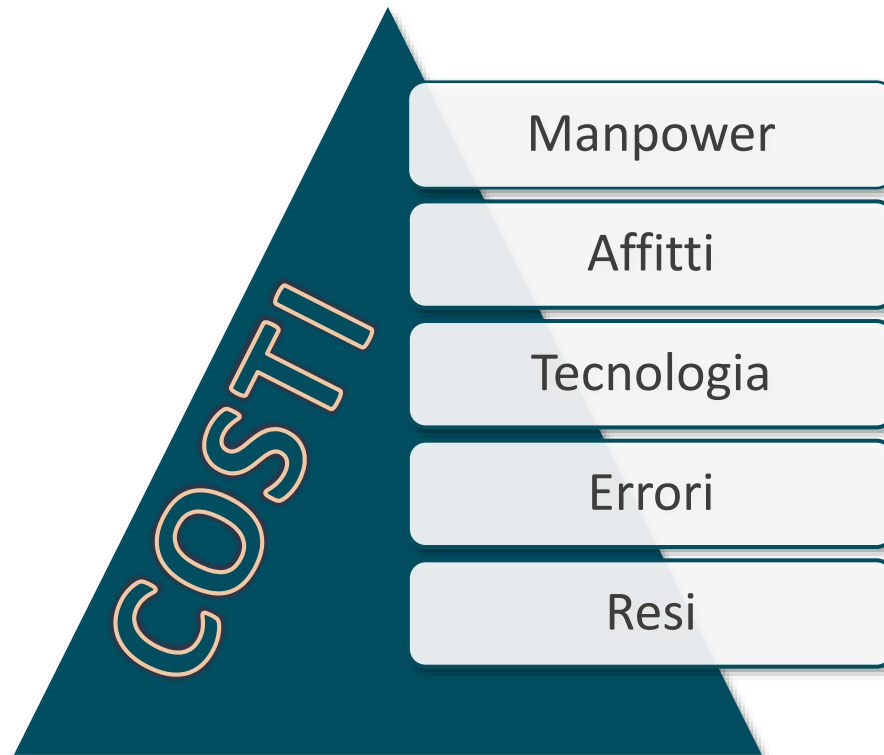


Il ricondizionamento recupera valore economico e ambientale trasformando articoli resi in prodotti rivendibili.

Le sfide della logistica e-commerce

Perché parliamo di sfide?

La logistica è tra i **principali costi** nel P&L di una azienda che vende on-line.



Perché parliamo di sfide?



magazzino centrale è il cuore della value proposition



«Siamo una B Corp in una sede LEED Gold. La prima è una certificazione internazionale (rilasciata dall'ente no profit B Lab) che attesta l'impegno delle aziende in termini di responsabilità ambientale e sociale. La seconda è il riconoscimento più diffuso a livello mondiale per Quanto riguarda l'edilizia sostenibile. LEED® sta per Leadership in Energy and Environmental Design.»



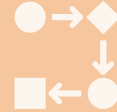
TANNICO

«Nel 2021 ha inaugurato il nuovo e avveniristico magazzino di Castel San Giovanni (PC) dove, in un impianto completamente automatizzato e robotizzato, vengono ospitate oltre 500.000 bottiglie [...]»

Le sfide della logistica e-Commerce



**FLESSIBILITÀ & VOLATILITÀ
DELLA DOMANDA**



**COMPLESSITÀ DEI PROCESSI E
DELLA GESTIONE OPERATIVA**



**GESTIONE DEL LAVORO E
MODELLI ORGANIZZATIVI**



**STRATEGIA &
COMPETITIVITÀ**



**TECNOLOGIA &
AUTOMAZIONE**

Flessibilità e Volatilità della Domanda

Perché la flessibilità è cruciale: i volumi e-commerce sono altamente volatili (stagionalità, campagne marketing, drop prodotti).

Coinvolge:

- **Spazio:** magazzini che devono espandersi/contrarsi (es. aperture di aree di stoccaggio temporanee per i picchi)
- **Persone:** contratti flessibili, turni variabili, stagionalità (es. nei picchi la forza lavoro può anche triplicare)
- **Relazioni sindacali:** orari, turni weekend, picchi
- **Durate contrattuali:** E-commerce richiede contratti **agili**, spesso incompatibili con contratti industriali rigidi, es. alcuni 3PL offrono contratti «flex» di 6-12 mesi



Complessità dei processi e della gestione operativa

L'e-commerce aumenta la **complessità dei flussi e delle priorità**.

Il magazzino spesso serve:

- E-commerce
- Negozi Fisici
- Marketplace
- Click & Collect
- Resi

Esempi:

- Magazzini ibridi che servono negozi, consegne a domicilio e ritiro ordini on-line da parte del cliente finale
- Ordini online preparati dal negozio più vicino



Complessità dei processi e della gestione operativa

Gestione diverse categorie merceologiche

Ogni categoria richiede processi differenti e spesso alcuni marketplace ne contengono più di una:

- **ADR** → norme sicurezza, licenze
- **Food** → cold chain 0-4°C
- **Alto valore (es. abbigliamento di lusso, profumi)** → sistemi anti-intrusione, gabbie, zone blindate con controllo accessi, inventory preciso
- **Fragili** → packaging & handling specifico
- **Mix di prodotti eterogenei:** Social commerce (es. TikTok)



Formazione Logistica

Tradizionalmente basata su:

- Flussi B2B
- Gestione scorte
- Pianificazione produzione
- Gestione pallet

Nell'e-commerce l'operatore tocca il prodotto che arriva al cliente finale

→ **Richiesto un nuovo mix tra soft e hard skills:**



Competenze digitali

Sistemi WMS avanzati

Customer-centric mindset

Capacità di lavorare con volumi micro e imprevedibili

Automazione & Pianificazione risorse

Soluzioni:

AMR (Autonomous Mobile Robots)

Sorter

Sistemi di stoccaggio automatico

Sistemi di Digital Twin

Workforce planning intelligente:

in FIEGE pianifichiamo accuratamente i turni per garantire maggiore flessibilità

Guarda le soluzioni in azione!



I vantaggi dell'outsourcing

Perchè scegliere un partner specializzato?

La logistica e-commerce è un ecosistema: ogni processo influisce su quello successivo e soprattutto, sulla **customer experience**. E se ben funziona, il cliente riceve un'esperienza **fluida, veloce e affidabile**

Non è magia: è un mix di **metodo, tecnologia e persone** che rendono semplice un flusso che in realtà è complesso.

Il **ruolo del 3PL è gestire questa complessità** per le aziende e-commerce, portando valore concreto alla loro catena di fornitura.

FLESSIBILITÀ OPERATIVA

- Layout modulari adattabili ai volumi stagionali.
- Possibilità di gestire B2B, B2C e resi nello stesso hub.
- Gestione dei picchi e fluttuazioni della domanda

PROCESSI STANDARDIZZATI E OTTIMIZZATI

- Flow engineering: analisi dei flussi per minimizzare tempi e errori.
- Procedure documentate e continuamente migliorate
- KPI chiari: produttività, accuratezza, lead time, error rate.

PERSONALE FORMATO E COMPETENTE

- Team specializzati nei processi e-commerce
- Formazione continua per garantire precisione e rapidità del servizio.
- Cultura della responsabilità: ogni operatore "è parte del risultato"

TECNOLOGIA E INNOVAZIONE

- WMS proprietario o integrato con marketplace e piattaforme e-commerce.
- Automazioni (sorter, AMR, sistemi di picking guidato).
- Dashboard KPI in real time per monitoraggio e decision making.

APPROCCIO DA PARTNER, NON FORNITORE

- Co-design dei processi con il cliente
- Trasparenza sui dati e sui costi
- Obiettivo: migliorare performance, non solo "eseguire operazioni"

**Grazie per
l'attenzione 😊**

**Scrivimi se cerchi un
partner logistico!**



Alice Viscardi

Business Development Manager
FIEGE Italy

M +39 3420844074

E alice.viscardi@fiege.com

© **FIEGE** Logistik Stiftung & Co. KG

Joan-Joseph-Fiege-Straße 1 – 48268 Greven. The content of this document is protected under applicable law including copyright. We do not grant any rights regarding the content. In particular, it is not allowed to forward, to copy (also not by electronic means) or to change the content or parts thereof. Further any content shall be non-binding and shall not form the basis for legal claims, unless explicitly agreed otherwise.