

Nel contesto economico attuale la logistica svolge un ruolo fondamentale nell'ottimizzazione delle risorse aziendali, permettendo alle imprese di evitare gli

- sprechi, contenere i costi e migliorare i livelli del servizio per introdurre al meglio i propri prodotti sul mercato.
- Poiché la logistica presuppone capacità d'investimento, presenza sul territorio e competenze specifiche che difficilmente un'impresa industriale possiede (e che spesso non è conveniente essa contenga), l'OUT-SOURCING LOGISTICO (ovvero l'affidamento di tutte o parte delle attività logistiche a operatori specializzati) ha acquisito negli ultimi anni una grande importanza; qualora una singola impresa non possieda le risorse necessarie, è utile potersi appoggiare ad un provider esterno, che attraverso la presenza sul territorio e lo sfruttamento di economie di scala, derivanti dalla gestione di più clienti, è in grado di fornire il servizio ad un costo sostenibile.
- Esternalizzare la logistica permette infatti notevoli risparmi sul fronte dell'organizzazione e allo stesso tempo consente alle aziende di concentrarsi sugli aspetti CORE della loro attività.

Pertanto un numero sempre maggiore di aziende è orientato all'utilizzo di operatori logistici in grado di effettuare trasporti, di gestire la catena di rifornimento in maniera autonoma e di fornire servizi logistici sempre più articolati e complessi.

È quindi possibile considerare l'out-sourcing logistico come un vero e proprio settore industriale, i cui attori sono specialisti che si interfacciano in maniera organica con i propri clienti e le cui dinamiche competitive sono del tutto assimilabili a quelle dei classici settori industriali.

Lo sviluppo del settore, sia dal lato della domanda, sia dal lato dell'offerta, sta determinando un mutamento del rapporto fra produttori e fornitori di servizi logistici: si sta infatti procedendo verso relazioni di cooperazione fattiva, non episodiche e di lunga durata, caratterizzate da un livello di integrazione tra le strutture organizzative e informatiche.

Per questo motivo i 3PL Europei (inserire spiegazione dal dizionario della logistica) stanno cambiando radicalmente metodologie e sistemi d'azione, integrando sempre di più i loro processi con quelli dei loro clienti, fornendo così un servizio più efficiente e allineato alle esigenze del mercato. Tuttavia il percorso non è lineare e, sia a livello nazionale che europeo, alcuni ostacoli rischiano di rallentare in modo significativo questo cambiamento:

-la domanda di servizi logistici viene tuttora ripartita, soprattutto dalle imprese di medio - piccola dimensione, su una pluralità di fornitori (soprattutto autotrasportatori e spedizionieri)

-le aziende spesso pretendono dall'operatore logistico molte competenze per poi limitare l'ambito di azione dei 3PL, selezionandolo principalmente con l'obiettivo di trovare la soluzione a costo minore, anziché valutare il valore aggiunto globale del servizio offerto.

Tuttavia, stimolato dalle esigenze delle grandi imprese, in particolare quelle a carattere multinazionale, si sta manifestando un progressivo ampliamento dell'offerta di servizi logistici che oggi comprende attività a valore aggiunto quali confezionamento, consulenza, installazioni, REVERSE LOGISTICS, servizi di TRACKING & TRACING, e servizi evoluti di ORDER FULLFILLMENT.

Tuttavia il mercato rischia di essere soffocato dagli atteggiamenti spesso eccessivamente prudenti assunti dalle imprese nei confronti del ricorso all'esternalizzazione: benché sia generalmente riconosciuto il vantaggio strategico derivante dalla terziarizzazione, in molti casi ancora le modalità di gestione delle relazioni tra imprese evidenziano la sopravvivenza di logiche competitive e non collaborative.

Ciò accade sia perché i soggetti coinvolti (impresa ed operatore logistico) hanno un'organizzazione asimmetrica, aspetto che rende complicato trovare corrispondenze di responsabilità e competenze per dialogare efficacemente, sia perché le culture aziendali sono troppo diverse per storia e obiettivi.

Inoltre bisogna considerare le difficoltà legate alla percezione dell'equilibrio tra innovazione e fedeltà di esecuzione delle operazioni, tra controllo reciproco e dipendenza, in un contesto che vede entrambe le parti alimentate da elevate aspettative reciproche e in procinto di stipulare un contratto importante, probabilmente di lunga durata.

Va inoltre valutato un altro importante fattore: nei rapporti con l'estero le imprese italiane adottano generalmente modalità di vendita franco fabbrica e di acquisto franco destino, lasciando nelle mani di fornitori e clienti l'organizzazione del trasporto e la scelta del vettore.

Ciò ha portato da un lato alla sottovalutazione del servizio al cliente quale leva competitiva, dall'altro alla scarsa consapevolezza dei costi logistici sopportati e quindi a una difficoltà di riconoscere il valore aggiunto fornito dall'operatore logistico.

Tutto ciò porta in molti casi le aziende a limitare il potenziale operativo e manageriale dei 3PL, e induce a terziarizzare in larga parte solo attività tradizionali come il trasporto, e in misura minore, le principali attività legate alla logistica di magazzino, come evidenziato da vari studi condotti dal Georgia Institute of Technology e dall'Osservatorio Nazionale.