



Redazione

2 Febbraio 2023

Interviste

Paola Cossu, CEO FIT Consulting: logistica urbana e Curbside Management

Quando si parla di logistica urbana non si può non menzionare anche il Curbside Management, cioè la gestione della cosiddetta "curbside zone", la zona di demarcazione tra la strada e l'area pedonale. In altre parole, i marciapiedi.

La curbside zone è destinata per la maggior parte a parcheggi di auto private, ma la domanda di un utilizzo diversi cato è in forte crescita "generando con tti tra gli utilizzatori" spiega Paola Cossu, CEO di FIT Consulting Srl.

L'abbiamo intervistata per voi per capire meglio di che cosa si tratta e soprattutto quali sono i vantaggi per cittadini ed eCommerce.

Partiamo subito raccontando quali sono i vantaggi che si possono ottenere da un efficiente utilizzo della Curbside zone.

La crescente domanda di un utilizzo diversi cato della curbside zone ha generato dei con itti tra gli utilizzatori. Questo ha reso necessaria l'introduzione di sistemi di gestione basati sulle priorità di uso (con dati real-time se non "predictive"), de nite in base alle funzioni principali che caratterizzano l'area urbana interessata. La "curb community" riesce così a mitigare i con itti tra nuovi e tradizionali antagonisti, come ad esempio tra chi utilizza le piste ciclabili e chi deve consegnare o ritirare la merce, evitando di gravi inef cienze in termini di operatività, esternalità e sicurezza del sistema urbano. Le nuove tendenze, come ad esempio l'eCommerce, la sharing economy e le nuove tecnologie di veicoli e infrastrutture (hardware e software), hanno avuto un impatto

In particolare, **per l'e-commerce il curbside management rappresenta una opportunità**: i corrieri sono soggetti a stress per l'indisponibilità di aree di sosta. Capita spesso che siano costretti a fare uso di parcheggi a pagamento posizionati lontano dal cliente finale, oppure sostano in doppia fila o su strisce pedonali, occupando indebitamente suolo pubblico, per necessità di consegnare una custodia per cellulare a un giorno dall'acquisto. Inoltre, a causa del Covid ci si è trovati a soddisfare fenomeni quali il *bulk buying*, cioè acquisti in larga quantità. Il "sistema città" è quindi diventato inefficiente, va in tilt poiché tutti contribuiscono a generare traffico e inquinamento, ma difficilmente si ha la percezione di essere causa del problema e spesso si pretende siano altri a doverlo risolvere, oltre a essere convinti di avere diritto a prescindere all'utilizzo di uno spazio pubblico, spesso scarso. La zona curbside dovrà essere quindi trattata a tutti gli effetti come "real estate" urbano. In tal senso, il curbside management consente una gestione prioritaria, flessibile e dinamica delle funzioni più convenzionali della strada (il trasporto) e altre operazioni (ad esempio consegne e ritiri della merce, ricariche elettriche).

La gestione ottimale della curbside zone può generare un valore significativo, specialmente nel momento in cui persone o merci arrivano a destinazione nelle aree di elevata domanda di tali spazi. Ci sono strumenti quali sistemi di "Dynamic Access Controlling" che aiutano la gestione degli accessi sulla base di token per l'identificazione digitale e l'autenticazione. Alcune questioni importanti riguardano le metriche e i sistemi di monitoraggio per misurare la performance nell'utilizzo del curbside e le implicazioni dal punto di vista della regolamentazione (che interessa l'autorità locale) e la codifica dei revenue streams per ogni categoria di stakeholder. Il curbside management, per essere ottimamente valorizzato, richiede quindi di inventariare in maniera strutturata le informazioni, ottimizzare, allocare e gestire lo spazio interessato, al fine di consentire l'accessibilità a una varietà di utilizzatori che occupano contemporaneamente questa zona sulla base di un sistema di priorità che sia flessibile e dinamico (in tempo reale).

Come ha inciso la Pandemia sull'utilizzo di questi spazi?

Nei primi giorni della pandemia la discussione riguardava l'ampliamento dei marciapiedi e degli attraversamenti pedonali per soddisfare il distanziamento sociale. Nel post pandemia, la discussione riguarda le possibilità di ridisegnare le strade per soddisfare le nuove esigenze. La crescente domanda di spazio sul e vicino al marciapiede richiede la rivisitazione del parcheggio convenzionale, per soddisfare le nuove esigenze di consegna e spazio libero per i pedoni. La curbside zone ha enorme potenziale per ridurre la congestione, raddoppiare la disponibilità delle zone di operazioni di carico e scarico e generare quindi nuove opportunità di guadagno per le città e le imprese. Sin dall'inizio della Pandemia i consumatori hanno utilizzato il curbside per ritirare il cibo ordinato al ristorante o un bene acquistato in negozio (curbside pick-up), a causa del distanziamento sociale obbligatorio. I negozianti hanno quindi adottato agevolmente ed efficacemente sistemi digitali e fisici riscontrando una immediata gratificazione del cliente, facile utilizzo dell'app e convenienza, oltre che un aumento significativo della fidelizzazione dei clienti stessi. Da una indagine fatta da **Mobiquity**, che sviluppa soluzioni digitali di curbside pickup, su oltre 400 clienti a cui è stato chiesto cosa ne pensassero delle soluzioni di curbside pickup è stato rilevato che **il 65% ritiene che il distanziamento sociale abbia indotto nuove modalità di acquisto smart**, mentre **il 67% ha dichiarato di continuare a usare il curbside pickup anche dopo le restrizioni del Covid**. Inoltre, c'è stato un **aumento del 125% del volume complessivo di acquisti**.

Quali sono gli ostacoli che ad oggi impediscono un uso efficiente di questa risorsa?

Le principali difficoltà riscontrate dalle città Europee nell'utilizzo efficiente del curbside hanno avuto origine dai cambiamenti dirompenti nelle abitudini dei consumatori, dai nuovi modelli di mobilità (come la micro-mobilità, e-scooter, robot) e dagli effetti del Covid-19. Insieme hanno generato una crescita enorme del numero di consegne e un aumento della pressione sul sistema mobilità, limitando sempre di più la già scarsa disponibilità di aree dedicate alle operazioni di consegna delle merci. I policy makers devono cogliere la sfida verso una migliore comprensione delle dinamiche della nuova domanda, la disponibilità infrastrutturale e le differenti funzioni urbane (commerciali, industriali, residenziali, ecc.), per delineare un sistema di regole adeguato e misure che meglio si adattino alle nuove esigenze, oltre che attrezzare la città con strumenti sempre più avanzati. Nello stesso tempo, tutti gli stakeholder hanno il compito di collaborare per il bene della collettività per codificare le opportunità offerte dalla curbside zone e limitare i conflitti. Spesso il curbside presenta una base dati informativa frammentata, analogica e raramente aggiornata. La non ottimale organizzazione dei dati limita la capacità delle autorità locali di pianificarne in maniera adeguata la gestione e il monitoraggio delle misure implementate e delle regole. Il settore privato è in possesso di dati molto più aggiornati ma non facilmente accessibili alle autorità locali e ai pianificatori. Le metriche di utilizzo del curbside sono raramente coordinate e i risultati non sempre rilevanti per prendere decisioni in linea con le reali esigenze della domanda. Ad esempio, molte città non hanno dati real-time riguardanti il turnover dei parcheggi. Le app con i pagamenti automatici sono invece in grado di fornire una base dati in tempo reale. Trasparenza e scambio dei dati in ambienti "trusted" tra stakeholder, ad esempio con i Mobility Data Space e l'utilizzo di open data, sono importanti leve per un curbside management ottimale nell'immediato futuro.

Come possono essere integrati Lockers e Punti di Ritiro in questi nuovi modelli?

Sicuramente un importante vantaggio dei Locker è l'eliminazione delle consegne a vuoto, anche per quanto riguarda i resi, e la conseguente riduzione delle emissioni inquinanti e della congestione. In Polonia, ad esempio, **gli smart locker arrivano a inquinare fino a 1/3 di meno rispetto alla consegna a casa**. Il primo aspetto cruciale da considerare è la propensione del consumatore verso la scelta di utilizzo del Locker. È quindi necessario che gli e-retailer si attrezzino con sistemi di calcolo delle emissioni, per offrire opzioni di consegna e reso sostenibili e rendere la scelta del consumatore che acquista on-line responsabile, informata e consapevole. C'è da dire però che coloro che hanno l'abitudine di acquistare online non sempre hanno la volontà di cambiare le proprie abitudini a favore di un sistema più sostenibile. In Germania, ad esempio, nonostante il network di parcel locker sia denso ed efficiente, il 90% degli e-purchaser preferisce la consegna a casa. **Qualora la consegna non sia in linea con le proprie aspettative, c'è però la tendenza a cambiare piattaforma e-commerce, in grado di offrire condizioni più vicine alle proprie necessità**.

Per quanto riguarda i Punti di Ritiro, **la logistica di prossimità è senz'altro una soluzione vincente** se si pensa a un sistema ultimo miglio efficiente e sostenibile. La disposizione di micro-hub urbani e l'omnicanalità offerta dalle piattaforme on-line con la georeferenziazione degli hotspot per ritiro e consegna dei beni acquistati, forniti di algoritmi di ottimizzazione dei percorsi, come Gel Proximity, facilitano non poco la collaborazione tra la pubblica amministrazione e i diversi sistemi informativi, come i parcheggi, le infrastrutture di ricarica, le informazioni relative alle consegne, ecc. Infine, vorrei menzionare altri esempi virtuosi in

hub” finanziati dal progetto europeo “Smart Shared Green Mobility Hubs”.

Quali ulteriori opportunità offre il Curbside Management alle città europee?

Il valore (a volte sommerso) del curbside può spingere verso una nuova governance del sistema urbano di mobilità promuovendo la collaborazione e la cultura del co-design e dello sharing, rafforzando le relazioni e la fiducia tra autorità pubbliche, cittadini e aziende – incluse quelle di logistica e trasporti – con una visione di città *come servizio*, soddisfacendo le esigenze della domanda attuale, ma anche anticipando gli effetti di nuove tendenze dirompenti come il “quick commerce”. Per raggiungere lo scopo è necessario avere un focus centrato sulle persone, gestendo la mobilità su strade e curbside sulla base di priorità funzionali, tenendo conto che la città beneficia delle diversità delle persone e delle funzioni che individualmente e collettivamente svolgono. Si possono quindi anche adottare delle tariffe a seconda della tipologia di servizi, orari e luogo, che siano basate sull'utilizzo, favorendo lo sharing dei servizi stessi. Questo richiede una collaborazione tra le diverse autorità locali e un fattivo coinvolgimento degli stakeholder così che regolamentazione e tecnologie possano incrementare l'efficienza del curbside management.

Che ruolo gioca la mobilità delle merci nelle città del futuro?

Con l'e-commerce non ci sono più limiti. Tutto è fluido e imprevedibile. Tutto è possibile, virtuale e (quasi) tutto disponibile. L'e-commerce ha cambiato il modo in cui le persone fanno acquisti: tutto e subito. Questo ha richiesto e continua a richiedere una forma estrema di domanda di flessibilità e la consegna in ogni luogo, la possibilità di cambiare i piani, l'aspettativa di non pagare la consegna e la restituzione da parte dell'acquirente. Ma la domanda è: a quali costi? Quali sono le conseguenze per i service providers, i consumatori, gli amministratori, i pianificatori delle città e i cittadini? L'ultimo miglio è la fetta più costosa dell'intera catena logistica (oltre il 50% del costo totale), considerando che le consegne vengono fatte ormai direttamente al consumatore finale piuttosto che ai negozi. Le nuove tecnologie e modelli premiali (non solo coercitivi o punitivi), oltre che la logistica di prossimità, consentono una trasformazione organizzativa che soddisfi una domanda sempre più esigente. La transizione digitale può facilitare un uso mutualistico degli spazi azzerando i conflitti tra coloro che quotidianamente usano gli stessi spazi nelle stesse ore del giorno, valorizzando inoltre dal punto di vista immobiliare le aree interessate. È importante anche agevolare modelli di cooperazione tra gli stakeholder che siano convenienti per tutti, incoraggiando rapporti di fiducia tra pubblico e privato e tra operatori delle stesse filiere, cioè concorrenti.

Quali sono le politiche che dovrebbero essere adottate per migliorare l'impatto su ambiente e città?

Le città lungimiranti e l'industria della mobilità e della logistica hanno come mission quella di rafforzare la collaborazione, la co-progettazione, la promozione e la condivisione di soluzioni basate sui dati, oltre che ottimizzare l'uso degli spazi per allineare interessi individuali contrastanti e migliorare la qualità della vita delle persone. La sfida è la *logistica di prossimità* e le *città dei 15 minuti* dove le persone si posizionano al centro della trasformazione urbana. Chi vive nelle città dovrà avere accesso ai servizi urbani essenziali raggiungibili in un tempo prossimo ai 15 minuti a piedi o in bicicletta, rendendo le aree urbane dei nodi polifunzionali indipendenti, intelligenti e interconnessi. Migliorare l'esperienza dell'utente e trovare soluzioni efficaci comporta una migliore comprensione delle priorità e una adeguata considerazione della nuova domanda e delle sue esigenze. Il futuro della mobilità dovrebbe comprendere azioni volte a stabilire nuovi modelli di collaborazione con operatori privati e incoraggiare l'uso di schemi di finanziamento sostenibili/verdi. È anche importante creare strumenti e percorsi per aumentare la capacità e la conoscenza sui dati e l'uso delle nuove tecnologie, come il Digital Twin e l'Intelligenza Artificiale. I Digital Twin sono in rapido sviluppo e possono integrare diversi aspetti digitali delle città per un migliore processo decisionale nella pianificazione della mobilità urbana nei comuni e nelle regioni e per prendere le distanze dal trasporto basato esclusivamente sull'uso di combustibili fossili.

Infine, i Piani Urbani per la Logistica Sostenibile (PULS) promossi dalla Commissione Europea sono strumenti che consentono ai pianificatori di entrare in possesso di informazioni mirate riguardo le misure da implementare su specifiche funzioni urbane per la logistica. Ora siamo finalmente in una “nuova normalità”, posizionati su un orizzonte positivo. Ci sono le prospettive per iniziare a reindirizzare in maniera più mirata le priorità riscoprendo i benefici dell'empatia, della fiducia, della collaborazione, favorendo nuovi modelli sociali fondati su buoni – e più consapevoli – propositi, il “carburante verde” per uno sviluppo sostenibile e condiviso nel prossimo futuro.

Ringraziamo Paola Cossu, CEO FIT Consulting, e vi diamo appuntamento alla prossima intervista.