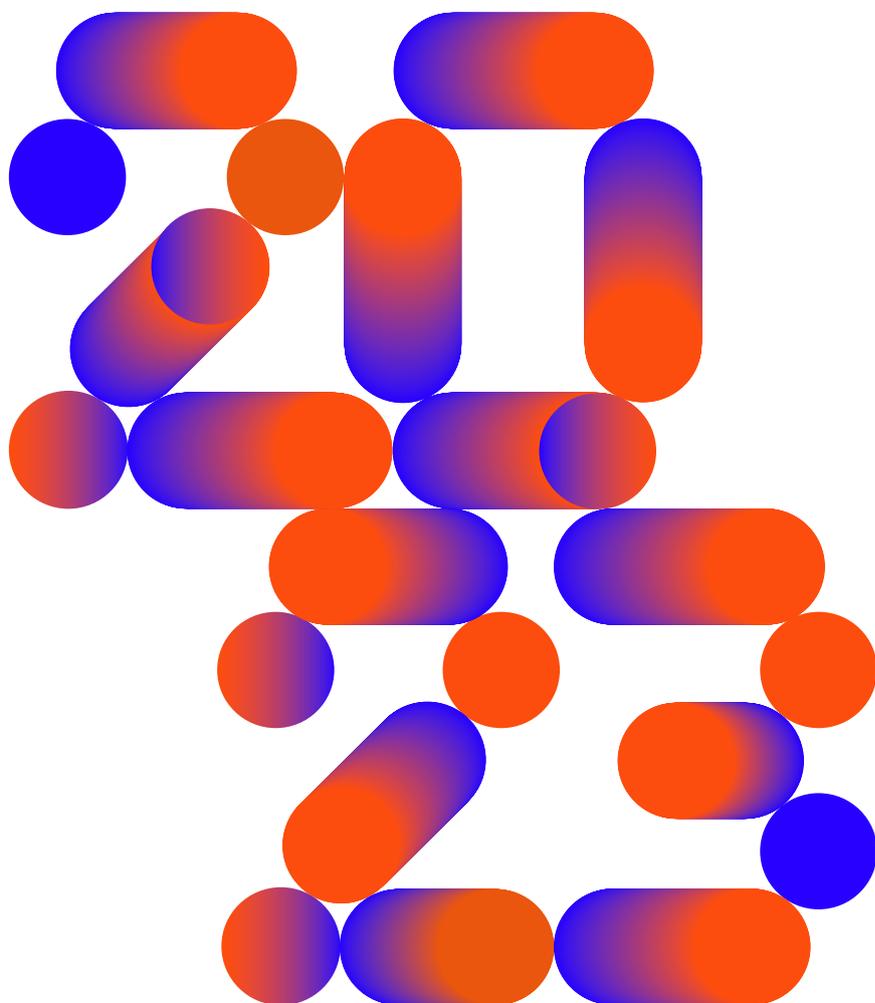


Rapporto Annuale sulla Distribuzione dei Prodotti da Fumo e da Inalazione

DATI 2022



Logista



The European House
Ambrosetti

Rapporto Annuale sulla Distribuzione dei Prodotti da Fumo e da Inalazione

Logista



The European House

Ambrosetti

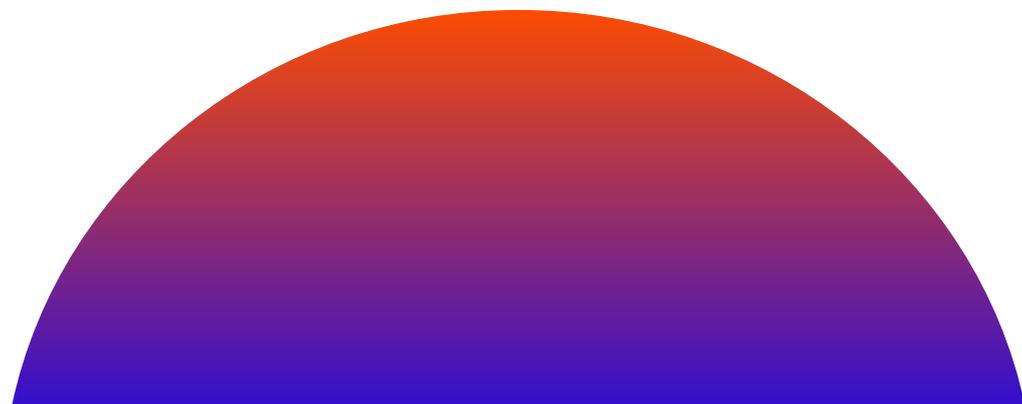


Rapporto realizzato da The European House - Ambrosetti per Logista Italia S.p.A.

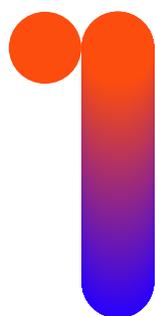
I contenuti del presente rapporto sono di esclusiva responsabilità di The European House - Ambrosetti.

The European House - Ambrosetti è stata nominata nella categoria “Best Private Think Tanks” - 1° Think Tank in Italia, 4° nell’Unione Europea e tra i più rispettati indipendenti al mondo su 11.175 a livello globale nell’ultima edizione del “Global Go To Think Tanks Report” dell’Università della Pennsylvania. The European House - Ambrosetti è stata riconosciuta da Top Employers Institute come una delle 131 realtà Top Employer 2023 in Italia.

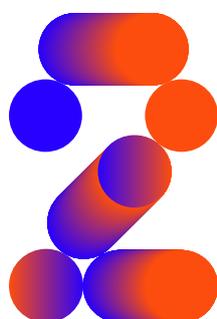
© 2023 The European House - Ambrosetti S.p.A. e Logista Italia S.p.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI. Il presente documento è di proprietà di The European House - Ambrosetti S.p.A. e Logista Italia S.p.A. Nessuna parte di esso può essere in alcun modo riprodotta senza l’autorizzazione scritta di The European House - Ambrosetti S.p.A. e Logista Italia S.p.A.



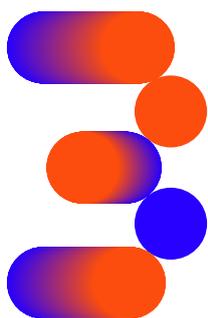
INDICE



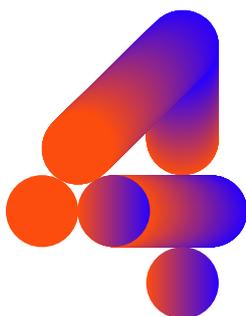
- 8 **Capitolo 1:
La fotografia del settore
della distribuzione in Italia**
 - 8 **Analisi comparativa con i principali partner europei**
 - 12 **Principali conclusioni**
 - 12 **Le peculiarità del settore: le aziende e i servizi offerti**
 - 14 **Il settore della distribuzione e la sfida della pandemia
da Covid-19**
-



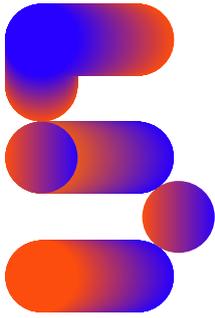
- 16 **Capitolo 2:
Analisi delle principali tendenze
per il settore in Italia**
- 17 **La sostenibilità economica, sociale e ambientale del
settore della distribuzione: le principali iniziative in
atto e le criticità incontrate nel loro sviluppo**
- 24 **Innovazione tecnologica, digitalizzazione e impatti
sul settore: le possibilità abilitate dall'utilizzo dei big
data, i modelli di business innovativi resi possibili dalla
tecnologia, il ruolo dell'Intelligenza Artificiale per il
futuro del settore**



30	Capitolo 3: Il settore dei prodotti da fumo e da inalazione
30	L'evoluzione del settore negli ultimi dieci anni
31	I dati di prevalenza
32	I prodotti a base di tabacco: i trend degli ultimi 4 anni
34	Le categorie
36	L'evoluzione della distribuzione dei prodotti da fumo e da inalazione e il ruolo di Logista nell'innovazione di settore
40	La rete delle rivendite
42	La rete di distribuzione e il presidio della legalità
43	L'impegno per la Diversità e l'Inclusione

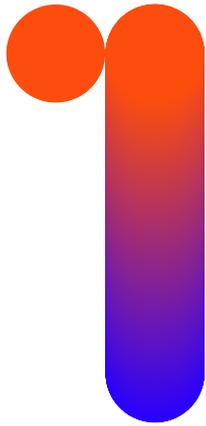


46	Capitolo 4: Il ruolo della regolamentazione sovrnazionale del settore dei prodotti da fumo e da inalazione
47	Direttiva sulla fiscalità dei prodotti del tabacco
48	Revisione delle norme sulle accise per il tabacco
49	Prime proposte di modifica della Direttiva fiscale
50	La Direttiva sui Prodotti del Tabacco
52	Revisione della Direttiva sui Prodotti del Tabacco
53	La Conferenza delle Parti della Convenzione Quadro sul Controllo del Tabacco



56

**Capitolo 5:
Sfide, criticità, raccomandazioni
e linee di indirizzo per la competitività
del settore della distribuzione
dei prodotti da fumo e inalazione**



La fotografia del settore della distribuzione in Italia



Capitolo 1:

La fotografia del settore della distribuzione in Italia

La centralità del settore della distribuzione nel modello economico attuale è stata resa particolarmente evidente dalla crisi delle catene di fornitura conseguente alla pandemia da Covid-19, aggravata dal conflitto russo-ucraino. Ciò ha posto il comparto sotto i riflettori imponendo una ridefinizione delle supply-chain globali e delle loro modalità di funzionamento, in un'ottica di flessibilità, collaborazione, sostenibilità, digitalizzazione e omnicanalità.

Il presente documento si pone l'obiettivo di presentare una fotografia il più possibile aggiornata del settore della distribuzione in Italia ed in Europa a supporto dell'adeguamento delle sue *practices* e dei suoi modelli di fornitura.

La prima parte del capitolo fornisce alcuni indicatori utili ad inquadrare il macro-dimensionamento del settore in Italia, ponendolo poi a confronto con i principali Paesi europei di riferimento (Germania, Spagna e Francia).

La seconda parte del capitolo inquadra il settore individuando alcune sue peculiarità in termini di tipologia di aziende che lo compongono, sulla base dei servizi offerti.

La terza e ultima parte del capitolo integra in via qualitativa i cambiamenti in corso nel settore a seguito dello shock pandemico.

ANALISI COMPARATIVA CON I PRINCIPALI PARTNER EUROPEI

L'analisi del settore della distribuzione deve tenere conto delle modalità di rilevazione e misurazione di questo aggregato, confrontandosi con alcuni **limiti metodologici** insiti nella sua ricostruzione. In particolare, gli ultimi **dataset** resi disponibili dall'Eurostat risultano sostanzialmente aggiornati al **2019**, con le uniche eccezioni di fatturato e occupati, aggiornati al 2020. Pur assumendo che la struttura produttiva di un Paese non sia particolarmente dinamica e non subisca variazioni rilevanti nel breve termine, è tuttavia indubbio che la crisi pandemica e le ulteriori contingenze (conflitto in Ucraina, crisi delle materie prime e dell'energia) che si sono susseguite sul versante europeo abbiano inciso profondamente sui sistemi produttivi dell'Italia e dei suoi territori. È quindi importante sottolineare come la fotografia offerta nel presente studio, mostri lo scenario della struttura produttiva del settore della distribuzione **principalmente** nel **contesto pre COVID -19**.

Il punto di partenza dell'analisi è l'identificazione degli indicatori e valori economici essenziali, a livello nazionale. Per fare questo, è necessario comprenderne le dimensioni principali e la distribuzione ed evoluzione nel tempo.

Un primo elemento è rappresentato dal dato demografico. In Italia il **numero di imprese** del settore distributivo si è ridotto in maniera stabile dalle 135 mila imprese del 2010 alle 118 mila del 2019, con un decremento del 2% su base annua.

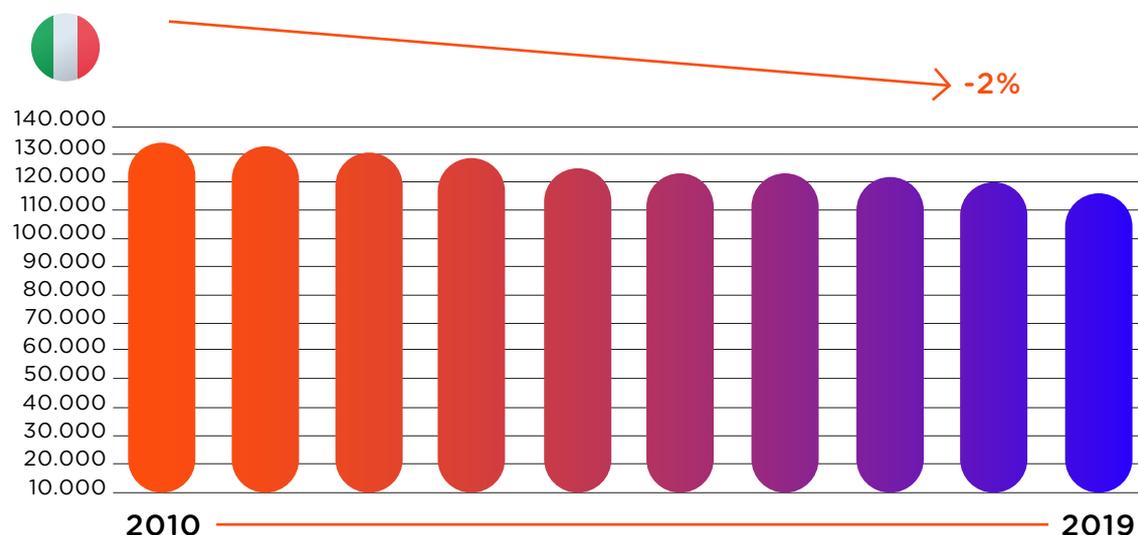


Figura 1. Andamento del settore della distribuzione per numero di imprese in Italia: numerosità delle imprese attive (numero totale) e tasso di crescita (CAGR e crescita complessiva), 2010-2019. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022

A confronto, gli altri principali paesi europei hanno invece osservato un opposto trend crescente: la Francia ha superato l'Italia portandosi a 146 mila unità (+5,5% CAGR¹ 2010-2019); la Spagna è rimasta complessivamente stabile (0% CAGR 2010-2019), ponendosi in prima posizione con 204 mila imprese nel 2019; la Germania con 106 mila unità nel 2019 (+4% CAGR 2010-2019) si trova in ultima posizione nel panel considerato, escludendo temporaneamente dall'analisi la dimensione aziendale.

Complessivamente il numero di imprese del settore distributivo nell'Eurozona si pone in moderata ma stabile crescita (+2% CAGR) da circa 1,1 milioni di imprese nel 2011 a quasi 1,3 milioni di imprese nel 2019.

In termini percentuali sul numero totale delle aziende UE27, nel 2019 l'Italia rappresenta il 9,4% del totale (circa -3 p.p. rispetto al 2011). A confronto primeggia la Spagna al 16,3% del totale (seppur anch'essa in calo di -2,6 p.p. rispetto al 2011), seguita dalla Francia al 11,6% (in crescita di circa 3 p.p. sul 2011) e dalla Germania al 8,5% (sostanzialmente stabile rispetto al 2011).

¹ Il CAGR - Compounded Average Growth Rate o tasso annuo di crescita composto - rappresenta la crescita percentuale media di una grandezza in un lasso di tempo stabilito.

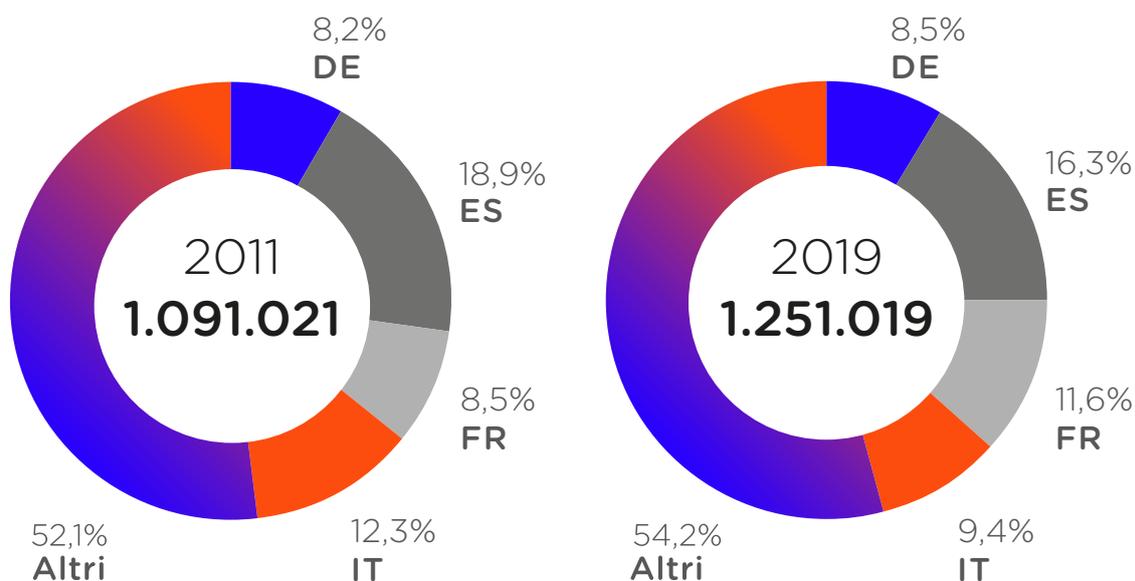


Figura 2. Composizione del settore della distribuzione per numero di imprese: valore assoluto totale UE27 in unità e percentuale sul totale, 2011 e 2019. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022.

Prendendo in considerazione il fattore dimensionale, cioè considerando il **fatturato** del comparto della distribuzione, l'Italia osserva una crescita moderata (+2% CAGR) da 144,4 €mld del 2010 a 157,1 €mld del 2020, nonostante un aggiustamento al ribasso nel periodo pandemico di 5 p.p. rispetto ai 165,7 €mld del 2019.

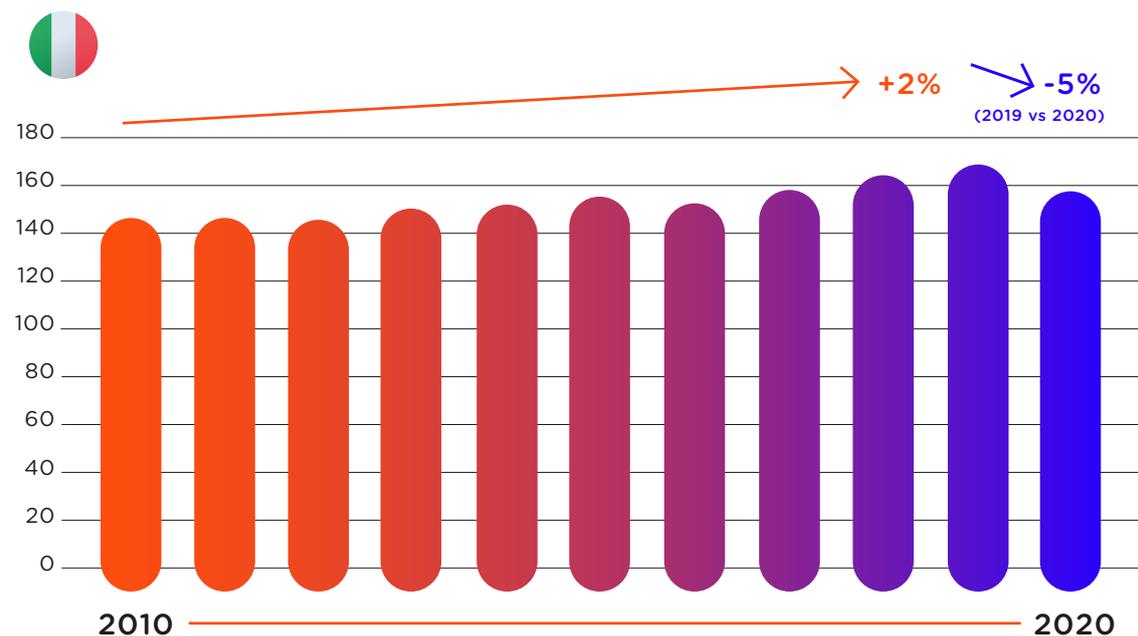


Figura 3. Andamento del settore della distribuzione per fatturato in Italia: miliardi di euro e tasso di crescita (CAGR 2010-2019, scostamento 2019-2020), 2010-2020. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022.

Tutti i paesi di riferimento registrano una moderata crescita nel periodo considerato. La Germania si pone dimensionalmente in prima posizione a 314,4 €mld nel 2020 nonostante la perdita di -7 p.p. rispetto ai 338,9 €mld del 2019 dopo circa 10 anni (2010-2019) di crescita al +4%; segue la Francia a 195,6 €mld con una perdita di -13 p.p. rispetto ai 224,5 €mld del 2019 dopo una crescita stabile del +2% CAGR; la Spagna si colloca ultima sul piano dimensionale a 98,5 €mld

su cui pesa la perdita di -19 p.p. rispetto ai 122,4 €mld del 2019 nonostante un rinnovato periodo di crescita negli anni recenti (+4% CAGR 2015-2020).

Anche a livello complessivo nell'Eurozona è confermata una stabile crescita del fatturato del +3% dai 1.156 €mld totali del 2011 ai 1.437 €mld del 2019, con un incremento totale di oltre il 24%, salvo poi la perdita del -9,6% a 1.300 €mld nel periodo pandemico.

In termini percentuali sul fatturato totale dell'UE27, nel 2019 (pre-pandemia) l'Italia rappresenta l'11,5% del fatturato totale (circa -1 p.p. rispetto al 2011). A confronto, nel 2019 si pone in prima posizione la Germania al 23,6% del totale (+1,5 p.p. rispetto al 2011), seguita dalla Francia al 15,6% (in calo di 1,6 p.p. sul 2011); ultima la Spagna al 8,5% del fatturato totale (sostanzialmente invariato rispetto al 2011). Qualche differenza si osserva nella composizione del fatturato europeo nel periodo pandemico (2020), con l'Italia che torna a crescere di +0,6 p.p. a 12,1% assieme alla Germania (24,2% o +0,6 p.p.), compensando la riduzione del peso percentuale di Francia (15,0% o -0,6 p.p.) e Spagna (7,6% o -0,9 p.p.).

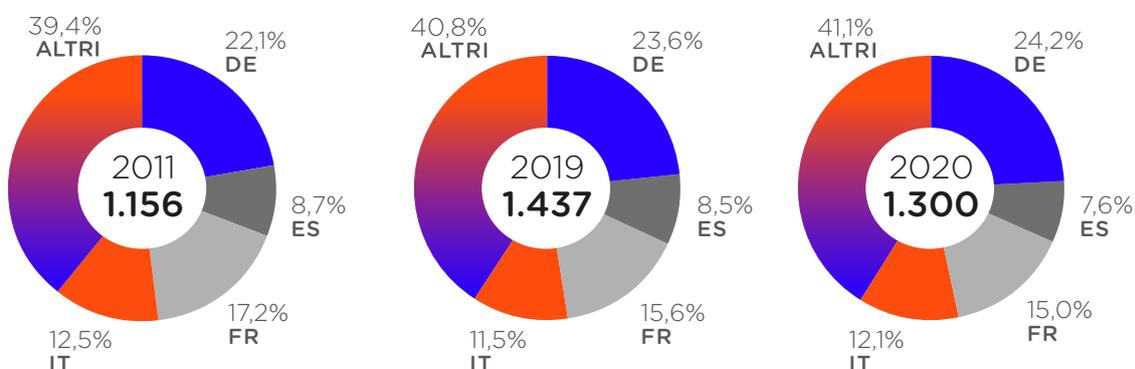


Figura 4. Andamento del settore della distribuzione per fatturato: valore assoluto totale UE27 in miliardi di euro e percentuale sul fatturato totale, 2011, 2019 e 2020. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022.

Andando ora ad analizzare il numero di occupati, l'Italia nel 2020 conta 1,1 milioni di occupati nel settore della distribuzione, +2% complessivo rispetto al 2010.

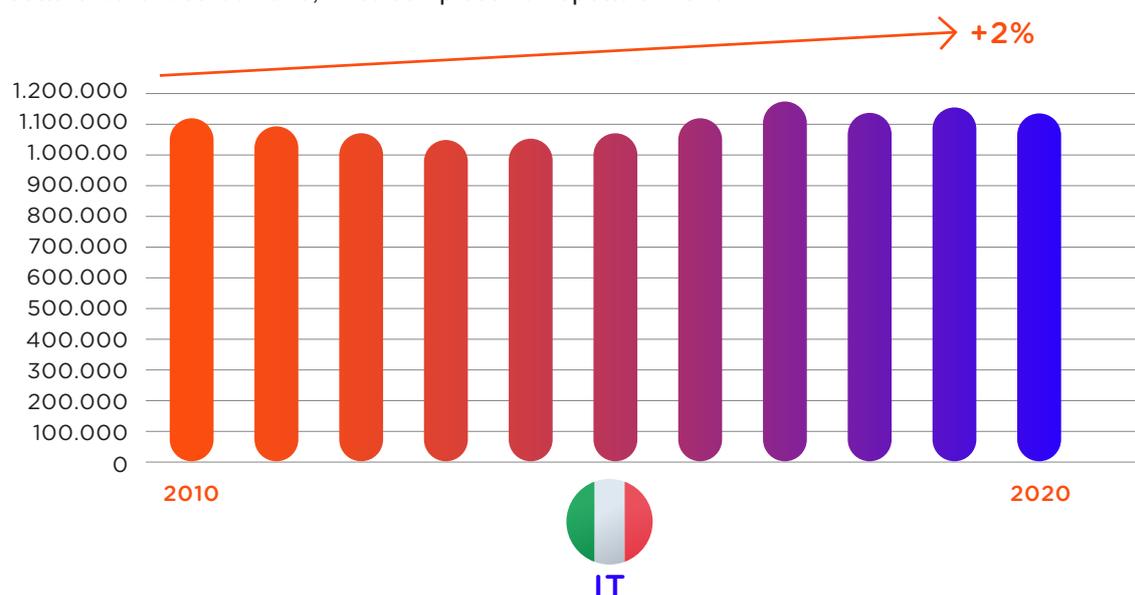


Figura 5. Andamento del numero di occupati nel settore della distribuzione in Italia: valore assoluto in unità e tasso di crescita (crescita complessiva), 2010-2020. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Eurostat, 2022.

Il numero di occupati nel settore è rimasto sostanzialmente stabile fino al 2020 (nonostante l'incipit pandemico) in tutti i paesi di riferimento ad eccezione della Germania. Quest'ultima conta il maggior numero di occupati nella distribuzione, 2,3 milioni nel 2020, vantando in particolare un forte trend di crescita del +28% complessivo (+4% CAGR) tra il 2010 e il 2017; la Francia si colloca poco sopra l'Italia con 1,4 milioni di occupati nel 2019 (ultimo dato disponibile) e con identico trend di crescita (+2% complessivo rispetto al 2010); la Spagna presenta il minor numero di impiegati nel settore nel 2020, 0,9 milioni, nonostante un incremento complessivo del +2% rispetto al 2010 (a seguito di una riduzione degli occupati dal 2010 al 2015 più che compensato da una successiva ripresa dell'occupazione al +2% CAGR).

Sotto il profilo dell'occupazione nel settore, dunque, l'Italia (1,1 milioni di occupati) si pone in leggera crescita allineandosi agli altri paesi di riferimento ad eccezione della Germania (2,3 milioni di occupati), che ha incrementato la sua forza lavoro di oltre un quarto rispetto al 2010.

A una prima analisi appare dunque essersi verificato a livello europeo un processo di razionalizzazione e/o consolidamento all'interno del settore.

PRINCIPALI CONCLUSIONI

Fino allo shock pandemico, il settore della distribuzione in Italia risulta complessivamente in crescita in termini di fatturato (166 €mld nel 2019), nonostante una minor quota di contribuzione al fatturato totale europeo (anch'esso complessivamente in crescita a 1.437 €mld nel 2019). Tale aumento di fatturato del settore in Italia (CAGR +2% 2010-2020) non è stato però accompagnato da un corrispondente aumento dell'occupazione nel settore, che è sì cresciuta (raggiungendo 1,1 milioni di unità con un +2% di crescita complessiva) ma con un tasso annuo di crescita composto (CAGR) nullo. Questa dinamica ha apparentemente contribuito a migliorare la produttività per occupato nel breve termine ma, a livello strutturale, potrebbe celare un sottodimensionamento del settore rispetto alle esigenze del mercato di riferimento.

In conclusione, lo shock pandemico, oltre ad avere di fatto liberato una serie di risorse disponibili agli investimenti (primo tra tutti il PNRR), ha messo in luce, come detto, la centralità delle catene di fornitura globali nell'attuale sistema economico evidenziandone al contempo tutte le criticità e ponendo il settore della distribuzione al centro di una serie di adeguamenti necessari in un'ottica di flessibilità, collaborazione, sostenibilità, digitalizzazione e omnicanalità, ponendo importanti interrogativi circa la futura evoluzione del settore rispetto al suo stato di salute pre-pandemico.

LE PECULIARITÀ DEL SETTORE: LE AZIENDE E I SERVIZI OFFERTI

Il settore della distribuzione ha al suo interno molte peculiarità che lo rendono un settore particolarmente variegato, in termini di tipologia di aziende che lo compongono.

Oltre alle diversità implicite che ogni tipologia di trasporto (su gomma, su rotaia, aereo, marittimo, fluviale) comporta, occorre considerare che ciò che distingue, in via prioritaria, le aziende del settore della distribuzione è rappresentato dalla **gamma di servizi** che offre.

Alla luce della complessità dei suoi processi, perciò, le attività logistiche sono raramente gestite nella loro interezza direttamente dall'azienda produttrice e vengono sempre più spesso affidate a

operatori terzi specializzati che, sulla base del livello di integrazione con i processi del committente e della vastità del proprio portafoglio di offerta, è possibile distinguere in alcune categorie non mutualmente esclusive (è infatti possibile che alcuni operatori del settore della distribuzione offrano servizi a cavallo delle categorie di seguito evidenziate).

In particolare:

- **“Vettore”**, cioè l’operatore che effettua fisicamente il trasporto, con qualsiasi modalità (su gomma, su rotaia, aereo, marittimo, fluviale). Il servizio offerto si “limita” allo spostamento, e quindi alla consegna, del carico;
- **“Spedizionario”**, cioè un fornitore di servizi logistici che gestisce le spedizioni per conto dei propri clienti in tutte le fasi, interagendo con i Vettori e fornendo, talvolta, anche servizi connessi alla gestione del magazzino;
- **“3PL - Third Party Logistic Service Provider”**, cioè un fornitore di servizi logistici che offre un insieme integrato di attività, solitamente complementari l’una all’altra, e che spaziano dalla ricezione, allo stoccaggio, alla preparazione degli ordini, all’imballaggio, al trasporto e, quindi, alla consegna finale. La principale peculiarità di questi operatori è rappresentata dal rapporto diretto con i canali di vendita del committente, da cui ricevono direttamente gli ordini;
- **“4PL - Fourth Party Logistic Service Provider”**, cioè un operatore che fornisce servizi di logistica integrata direttamente in partnership con le aziende clienti. Normalmente, hanno la responsabilità di tutta la logistica del cliente che poi viene affidata a subappaltatori;
- **“Operatore di Trasporto Multimodale - MTO”**, è un grande operatore logistico multisetoriale che comprende almeno le attività di vettore, spedizionario e 3PL.

Occorre infine sottolineare che i processi di logistica sono **trasversali a diversi settori industriali** ma, nonostante ciò, vi possono essere sostanziali differenze nelle attività/servizi offerti e, quindi, nella complessità dei processi logistici e di trasporto connessi, sulla base del tipo di azienda e delle sue dimensioni. Quanto detto sopra in merito alla gamma servizi è, quindi, certamente influenzato anche - ma non solo - dalla trasversalità o meno dei prodotti trattati dall’operatore logistico. In altre parole, un’ulteriore complessità del settore della distribuzione è rappresentata dalla presenza di operatori dedicati a determinate categorie di prodotto (ad esempio, tabacco, prodotti ospedalieri, catena del freddo) e operatori logistici multisetoriali. La tipologia di prodotto gestito, perciò, influenza particolarmente i servizi proposti.

IL SETTORE DELLA DISTRIBUZIONE E LA SFIDA DELLA PANDEMIA DA COVID-19

La pandemia da Covid-19 ha rappresentato un banco di prova importante per la tenuta dell'economia globale e ha messo al centro del dibattito il ruolo del settore della logistica e della distribuzione, le cui dinamiche fino a quel momento erano state appannaggio dei soli addetti ai lavori. Le interruzioni delle catene di fornitura sperimentate nei primi mesi della pandemia, e gli impatti dirompenti per tutti gli attori economici, hanno reso evidente la centralità di questo settore nel modello economico attuale.

Le sfide della pandemia, in parte rinnovate dalle conseguenze del conflitto russo-ucraino, hanno imposto al settore della logistica e della distribuzione di adattarsi rapidamente alle nuove necessità dei territori, delle filiere e dei consumatori, sperimentando nuovi modelli collaborativi e organizzativi basati su flessibilità e digitalizzazione.

Come detto in precedenza, i dati statistici consolidati che abbiamo a disposizione non sono in grado ad oggi di raccontare tali cambiamenti. Esistono, tuttavia, delle evidenze di natura qualitativa che non possono essere trascurate nel tracciare una fotografia del settore.

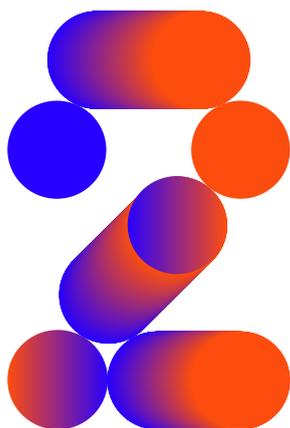
Oltretutto, alcune delle misure adottate per far fronte alle prime fasi dell'emergenza economico-sanitaria sono destinate a diventare la normalità per il settore, definendone il **nuovo modello di funzionamento**.

In primo luogo, è emersa la necessità di **definire una strategia "agile"**, in grado di adattarsi a situazioni impreviste e nuove. Nel concreto questo significa lavorare con una maggiore ridondanza di risorse (in primis magazzini) per poter riallocare velocemente le scorte e superare le criticità, come lo stop delle attività, a livello locale. L'implementazione efficace di tale strategia implica anche una capacità di prendere decisioni in tempi rapidi, attraverso l'introduzione di automatismi "data driven", che prevedono azioni predefinite al verificarsi di determinate condizioni.

L'adozione di una strategia "agile" non può prescindere da una maggiore flessibilità che consenta di implementare velocemente le soluzioni più idonee per rispondere ai cambiamenti del contesto. In questa situazione le aziende sono riuscite ad essere flessibili grazie alla **terziarizzazione della logistica** e al modello di terziarizzazione adottato nel Paese.

La collaborazione orizzontale fra gli operatori della logistica conto terzi (un settore che vale oltre 84 miliardi di fatturato) è risultata e sarà sempre più fondamentale anche in un'ottica di **sharing economy**. La collaborazione ha significato l'impiego di camion/autisti fermi di operatori di altre filiere per gestire le crescite elevate della domanda e soprattutto i picchi improvvisi generati nei consumi a fronte dei timori della popolazione. Analogamente è stato possibile spostare personale di magazzino da siti le cui attività si erano fermate, suppiando alla riduzione di capacità operativa a fronte di una fisiologica crescita dell'assenteismo.

A livello di macro-scelte strategiche, accanto all'analisi critica del livello di servizio da fornire in futuro in base alle riflessioni contingenti, emerge la centralità della **capacità di consegna in ambito urbano**, non solo a livello di consegne a domicilio (l'e-commerce ha fatto il salto definitivo per il suo sviluppo in Italia con crescite superiori al 50%) ma anche a livello di singolo punto vendita, con la riscoperta del valore dei negozi di prossimità (spesso utilizzati anche come punti di allestimento per le consegne in ambito urbano in una prospettiva di omnicanalità). La stessa logistica urbana, con origine e destinazione all'interno della città, sarà sempre più importante.



Analisi delle principali tendenze per il settore in Italia



Capitolo 2:

Analisi delle principali tendenze per il settore in Italia

In termini generali, come brevemente accennato nel capitolo precedente, la diffusione del Covid-19 ha messo in luce la **vulnerabilità delle supply chain globali**. In particolare, il contesto di forte incertezza causato dalla pandemia, prima, e dal **conflitto russo-ucraino**, dopo, ha reso evidente l'estesa dipendenza del comparto logistico da precise aree geografiche, settori e vie di trasporto.

Nel corso del primo lockdown del 2020, avevamo assistito al **crollo del fatturato del comparto**, principalmente dovuto ad una forte riduzione dei flussi di commercio estero. Al contempo, però, il **boom dell'e-commerce** aveva permesso di attenuare questa flessione. Oggi il conflitto russo-ucraino ha accentuato il trend, già in atto nell'ultimo triennio a seguito del contesto pandemico, di progressiva **ridefinizione delle catene di fornitura a livello globale**.

L'impatto dei recenti avvenimenti ha determinato il passaggio da uno **shock dell'offerta**, incentrato sulle difficoltà produttive soprattutto della Cina, con ripercussioni a livello globale data l'importanza del suo settore industriale, fino, a perturbare le catene di fornitura globali, ad un violento **shock della domanda**, che ha danneggiato i consumi e gli investimenti non più solo in Cina, ma anche in Europa e Stati Uniti.

Le tendenze citate, che si sommano a dinamiche geopolitiche più ampie che da tempo spingono nella direzione del cosiddetto decoupling dell'economia statunitense da quella cinese, sembrano determinare l'avvio di una nuova fase caratterizzata dalla modifica delle dinamiche della globalizzazione che conosciamo e da un **accorciamento delle catene di fornitura globali**.

Le logistiche specializzate hanno, ovviamente, risentito in misura minore degli impatti propri delle dinamiche globali, avendo spesso come riferimento territori più ristretti e contesti di consumo più stabili. Anch'esse hanno però dovuto attuare interventi correttivi, spesso significativi, per garantire la tenuta dei sistemi distributivi presidiati.

Se, nel breve termine, le difficoltà sperimentate dal comparto, con le esigenze di ridisegno dei flussi cui abbiamo accennato, hanno rallentato i processi di trasformazione e cambiamento in atto (su tutti, quelli volti a favorire la transizione energetica), nel medio e lungo termine questi stessi fenomeni hanno evidenziato l'importanza per il sistema economico di disporre di **catene di fornitura più agili**. Tali nuove catene di fornitura non potranno prescindere da una maggiore attenzione nei confronti della **sostenibilità**, coniugata con livelli più elevati di resilienza, conseguita attraverso **l'impiego di soluzioni tecnologiche** il più possibile avanzate.

Così, se ci spostiamo dalla stretta attualità per provare ad allargare lo sguardo ai prossimi anni, possiamo individuare almeno **due principali macro-tendenze** destinate in futuro a caratterizzare l'intero settore¹:

1. Logistica sempre più green

Scelte di acquisto più consapevoli da parte dei consumatori ed esigenze di riduzione dell'impatto ambientale da parte degli attori del settore fanno sì che la sostenibilità nella logistica diventi in misura crescente un fattore critico nel funzionamento stesso del settore.

2. Innovazione tecnologica, digitalizzazione, Big Data e Intelligenza Artificiale

La convergenza tra il crescente volume di connessioni, a tutti i livelli, le esigenze di programmazione sempre più elevate e, soprattutto, la richiesta di una maggiore flessibilità complessiva, spinge il settore ad investimenti sempre più significativi in innovazione tecnologica, a tassi sconosciuti nel passato anche recente. I risvolti sono infiniti, basti pensare all'utilizzo dei Big Data da parte dell'industria farmaceutica per l'organizzazione della catena del freddo nella logistica dei vaccini durante le fasi più cruciali della lotta alla pandemia da Covid-19.

La maggior parte delle imprese della logistica, consapevoli dell'impatto di queste due macro-tendenze sulla loro operatività, hanno già attuato una serie di iniziative che consentano loro di cogliere le opportunità offerte da questi elementi di rottura. Anche Logista, come vedremo di seguito, ha già compiuto una serie di scelte che vanno nella direzione di accompagnare queste due transizioni.

LA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA, SOCIALE E AMBIENTALE DEL SETTORE DELLA DISTRIBUZIONE: LE PRINCIPALI INIZIATIVE IN ATTO E LE CRITICITÀ INCONTRATE NEL LORO SVILUPPO

All'interno dei sistemi economici moderni, le **attività logistiche** sono le seconde in termini di **potenziale inquinante**, precedute solamente dalla produzione di energia da combustibili fossili. È importante comprendere quali siano le variabili tecnico-economiche che determinano questi alti tassi di inquinamento. Gli effetti ambientali non sono infatti riconducibili in via esclusiva alla distribuzione fisica dei prodotti; essi sono anche la conseguenza dell'aumento dell'utilizzo IT, della riprogettazione degli imballaggi e della modifica dei modelli di consumo, e altri fattori. Sono quindi l'esito di politiche e decisioni che riguardano gli assetti strategici ed operativi di fondo, specie per quanto riguarda le attività di stoccaggio e di trasporto delle merci².

¹ Fonte: *Analisi Packlink, 2022*.

² Fonte: *Valeria Belvedere (2018) - Logistica e Sostenibilità: Un binomio possibile*.

In molti casi, la tendenza delle imprese, oggi, è quella di limitare le “iniziative verdi” all’estremità inferiore della gerarchia decisionale, dove solitamente si ottengono modesti, ma non irrilevanti, benefici economici e ambientali. Queste iniziative a livello funzionale si concentrano in genere sull’efficienza nel consumo del **carburante**, sul percorso dei **veicoli** e sul risparmio energetico nei **magazzini**. Sebbene funzionali all’obiettivo di una maggior sostenibilità, gran parte del loro vantaggio ambientale può essere compensato dagli effetti di decisioni strategiche e commerciali di livello superiore, relative ad esempio a scelte connesse alla **centralizzazione/decentralizzazione delle scorte** o alle strategie di **approvvigionamento**, che toccano le ragioni più profonde dell’impatto delle attività svolte sull’ambiente.

La sfida per le aziende, quindi, è quella di instillare “**principi verdi**” nella **pianificazione strategica della logistica** e coordinare la gestione ambientale in tutte le leve del processo decisionale.

Qui entra in gioco il secondo aspetto citato, ossia l’adozione di forme di tecnologia più avanzate, che discuteremo nella successiva sezione del capitolo. Il successo della transizione sostenibile dipende, infatti, soprattutto dalla **competitività economica** dei prodotti e dei servizi green rispetto agli omologhi ad alto impatto, e quindi, come vedremo, dalla **maturità delle soluzioni tecnologiche necessarie a produrli ed erogarli**. In campo energetico, ad esempio, la costante diminuzione del costo dell’energia eolica e solare sta trasformando radicalmente il mercato.

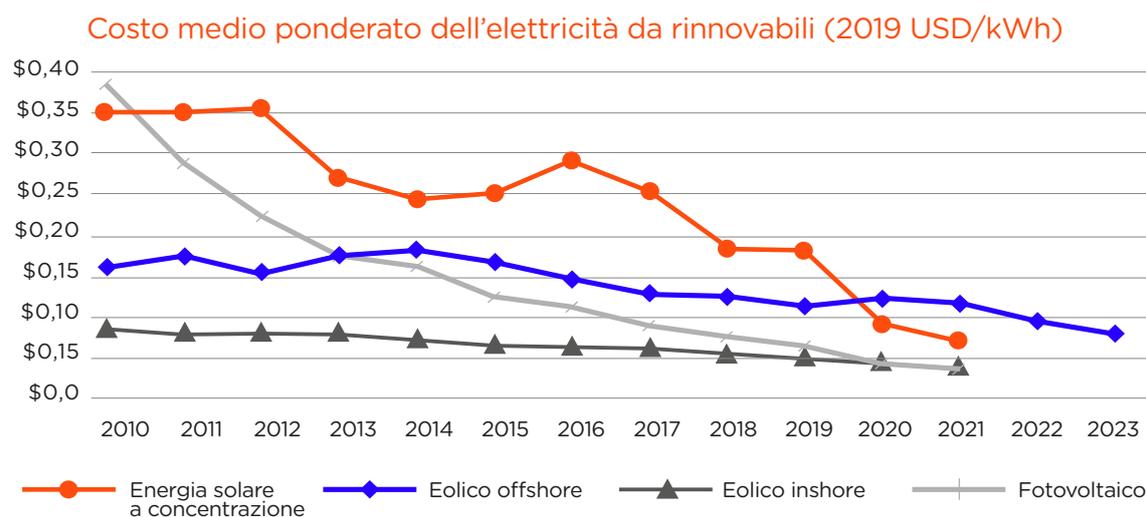


Figura 1. Costo medio ponderato dell’elettricità da fonti rinnovabili. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Irena, 2020.

Restando per il momento sugli aspetti di sostenibilità, va ricordato che a parità di tecnologia e input produttivi gli attuali ritmi di sviluppo sono insostenibili per il Pianeta. Il cosiddetto “**material footprint**” (impronta materiale), definibile come la quantità di materie prime utilizzate per soddisfare la domanda di consumo finale dell’intera umanità nell’arco di circa 30 anni è più che raddoppiato passando da **43 miliardi di tonnellate nel 1990** a **92 miliardi nel 2017** e, se non si invertirà la tendenza, potrebbe raggiungere i **190 miliardi di tonnellate entro il 2060**.

A favore di una **transizione sostenibile** gioca certamente un dato **generazionale**. Nonostante grandi differenze intergenerazionali, i consumatori (soprattutto se giovani) cercano prodotti e servizi sempre più green, anche grazie ai social network - che offrono contenuti e informazioni facilmente accessibili anche per i meno esperti. In un contesto in cui il consumo gioca sempre più un ruolo di traino della transizione, le aziende - perlomeno nel mondo occidentale - si stanno

progressivamente adeguando, con l'adozione di standard di comportamento più rigorosi.

Una recente *survey* della Commissione Europea³ che ha coinvolto 13.343 piccole e medie imprese (PMI) e 872 grandi imprese con più di 250 dipendenti restituisce una fotografia dettagliata delle azioni messe in campo dalle imprese europee per realizzare la transizione ecologica. Limitandoci alle prime tre tipologie di iniziative per frequenza, il 64% delle PMI e il 75% delle grandi imprese dichiara di aver adottato iniziative per minimizzare la quantità di rifiuti prodotti; il 61% delle PMI e il 75% delle grandi imprese dichiara di aver definito un piano per ridurre i consumi energetici e il 57% delle PMI e il 63% delle grandi imprese dichiara di aver ridotto il consumo di materie prime.

Inoltre, vale la pena sottolineare come il 35% delle PMI e ben il 45% delle grandi imprese investa più dell'1% del suo fatturato annuo in iniziative che mirano a ridurre ad aumentare l'efficienza nell'utilizzo delle risorse.

Il quadro è però ancora a luci e ombre. Nonostante la società nel suo complesso propenda per il cambiamento, non pare ancora disposta a pagarlo e, inoltre, non risulta adeguatamente informata. Se il **75%** degli italiani crede che la transizione ecologica sia un cambiamento necessario e urgente e oltre l'**85%** pensa che convenga anche economicamente⁴, il **47%** dei cittadini EU e USA non sono disposti a sostenere alcun costo per affrontare il cambiamento climatico⁵. Ancora, se il **31%** dei Millennials e della Gen Z è disposto negli USA a spendere di più per prodotti che hanno il minor impatto negativo sull'ambiente⁶, l'alfabetizzazione climatica sembra essere bassa in modo preoccupante in Germania, Francia, Italia, Regno Unito e Stati Uniti: solo il 14,2% degli intervistati dimostra di essere veramente alfabetizzato sul clima nonostante la rilevazione sia stata effettuata durante la COP 26⁷.

Se, come abbiamo visto, l'impatto ambientale della logistica distributiva è rilevante, proprio la logistica può costituire **uno dei comparti sui quali basare l'intero processo di transizione green**, anche per la sua oggettiva importanza in termini dimensionali. Il **sistema dei trasporti**, infatti, contribuisce alla generazione del **5% del PIL europeo** e all'occupazione in misura pari a circa **10 milioni** di posti di lavoro⁸.

³ Fonte: Flash Eurobarometer 498 (SMEs, SMEs, green markets and resource efficiency), Commissione Europea, marzo 2022.

⁴ Fonte: Dati Ipsos, 2021.

⁵ Fonte: Dati Open Society, 2020.

⁶ Fonte: Dati BoF, 2021.

⁷ Fonte: Dati Allianz, 2021.

⁸ Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Commissione Europea e Agenzia Europea per l'Ambiente, 2022.

Su queste basi, alcuni aspetti su cui è importante lavorare e che, ad oggi, rappresentano i principali elementi di attenzione su cui costruire una logistica più sostenibile sono:

- **City Logistics e Urbanizzazione:** l'obiettivo è quello di ottimizzare il processo logistico urbano inducendo una diminuzione delle esternalità negative provocate dai flussi urbani di merci, senza causare però un allentamento della vitalità socioeconomica della città e garantendo equità nella distribuzione e nell'uso delle risorse. I principi di sostenibilità sottintesi - che, come vedremo nel capitolo 3 Logista ha fatto propri, portando avanti un importante percorso di riorganizzazione della rete distributiva - sono:
 - una diminuzione del consumo dello spazio e delle risorse naturali;
 - la razionalizzazione e gestione efficiente dei flussi urbani;
 - la protezione della salute dei cittadini;
 - la garanzia di accesso ai benefici di una città sostenibile;
 - il rispetto del livello di servizio richiesto dagli utenti della logistica urbana, ovvero l'efficacia nell'offerta.
- **Last Mile:** la consegna dell'ultimo miglio rappresenta l'ultimo tratto dell'intero processo di supply chain ed è considerata la più inefficiente a causa delle sue specificità. Tra di esse, i punti più critici sono:
 - una distribuzione spaziale dei punti di ricezione relativamente piccoli;
 - richieste di spedizioni più frequenti ma più piccole;
 - finestre di consegna precise;
 - logistica frammentaria e capillare.

Una migliore gestione dei flussi della logistica dell'ultimo miglio porterà in futuro enormi benefici in termini di:

- riduzione delle emissioni di CO₂ e degli altri inquinanti ambientali;
- riduzione del traffico dei veicoli e miglioramento della mobilità complessiva;
- riduzione dei costi di trasporto e consegna;
- valorizzazione di spazi e immobili dismessi nelle città.

Da sempre, l'efficientamento delle consegne di ultimo miglio, è una delle aree di intervento prioritario per Logista, che si configura come operatore fortemente incentrato sulla prossimità e orientato alla riduzione della propria impronta ambientale.

Rispetto alle **consegne di ultimo miglio** c'è infatti un impegno specifico dell'azienda di arrivare alla piena implementazione di soluzioni sostenibili in 5 anni. Le linee guida per la scelta della tecnologia da utilizzare sono molto chiare: la sostenibilità deve andare di pari passo con l'efficienza operativa. Alla luce di ciò sono state individuate due tecnologie complementari: l'elettrico rappresenterà il 20-25% dei veicoli e il bio-metano di origine certificata il restante 75-80% dei veicoli.

È importante sottolineare, infine, il fatto che Logista è presente capillarmente in tutti i Comuni italiani, anche quelli nelle aree più difficilmente raggiungibili (come le aree interne, montuose, insulari) che verosimilmente saranno raggiunte più tardi dalle nuove infrastrutture. Questo naturalmente pone una questione di carattere operativo.

- **Gestione della flotta:** tipicamente non tutta la flotta utilizzata per la logistica, tanto su lunga tratta quanto nella logistica urbana, è dotata di mezzi moderni e a basso impatto ambientale. I costi connessi all'ammodernamento delle flotte sono spesso molto elevati e questo disincentiva gli investimenti in sviluppo tecnologico che servirebbe a ridurre l'impatto ambientale. Le possibilità di intervento tramite un riammodernamento della flotta veicoli sono però molteplici. Tra le più comuni troviamo:
 - veicoli "green" (elettrico, idrogeno, ecc.);
 - droni;
 - consegne automatizzate.

In tal ambito Logista è particolarmente attiva. Infatti, sul versante delle **attività di trasporto**, che producono il grosso delle emissioni del settore, Logista è impegnata in una serie di attività volte alla loro riduzione puntando sulla **formazione delle persone**, sul **livello tecnologico** e sull'**efficientamento dei mezzi**, tra cui:

- formazione per gli autisti affinché possano guidare riducendo al minimo le emissioni;
- implementazione di software che permettono di calcolare i percorsi migliori per raggiungere le destinazioni ottimizzando il rapporto tempo/emissioni;
- continuo ammodernamento della flotta veicoli, caratterizzato oggi principalmente da veicoli **diesel EURO 6**, performanti in termini di emissioni rispetto alle generazioni precedenti, che consentono di bilanciare le esigenze operative interne con quelle di tutela dell'ambiente.

Una maggiore efficienza dei veicoli, sostanzialmente in chiave di transizione a **nuove tecnologie**, sarà determinante per la transizione ecologica. Al riguardo, Logista ha condotto diversi **progetti pilota** sul lungo raggio.

In particolare, ha avviato una sperimentazione con alcuni mezzi pesanti sulla lunga percorrenza alimentati a gas (**LNG**) nel corso della quale, però, ci si è scontrati tanto con l'aumento esponenziale del costo del gas quanto con la frammentata diffusione delle **infrastrutture di rifornimento** (soprattutto in alcune zone d'Italia). Allo stesso modo, si sta attualmente valutando l'implementazione di altre tecnologie, come l'**elettrico** o l'**idrogeno**.

- **Gestione del ciclo di vita degli imballaggi:** rappresenta una delle aree di miglioramento più rilevanti per il raggiungimento di una catena di approvvigionamento totalmente ecologica. Può influire negativamente sull'impronta di carbonio, portando così a una successiva diminuzione dell'efficienza del trasporto merci. Se viene utilizzato un approccio basato sul ciclo di vita per valutare l'impatto ambientale di un prodotto, spesso il confezionamento di quest'ultimo ha un effetto ambientale maggiore del prodotto stesso, come accade di frequente nell'industria alimentare. Le principali problematiche in termini di gestione sostenibile degli imballaggi utilizzati sono:
 - scarso utilizzo di materie prime riciclate nel processo di produzione/progettazione;
 - non corretto smaltimento e riutilizzo;
 - difficoltà a far coincidere esigenze di magazzino e di trasporto (layout, ingombro volumetrico, ecc.) con scelte sostenibili.

- **Reverse Logistics:** mentre il termine “logistica diretta” si riferisce a tutte le attività che regolano sia il flusso fisico di materie prime e prodotti finiti e il flusso intangibile di informazioni associate alle merci in transito, verso il mercato finale, la “logistica inversa” si applica al flusso di prodotti e materiali nella direzione opposta, dal mercato ai siti di produzione o ai centri specializzati, dove vengono inviati per essere trattati appropriatamente. In altre parole, la logistica inversa è il processo che implica il movimento di ritorno delle merci lontano dalla loro destinazione finale allo scopo di catturare il valore o il corretto smaltimento. Gli impatti ambientali sono, perciò, molto importanti a causa del “doppio percorso” compiuto dalle merci. I principali elementi di attenzione da un punto di vista sostenibile sono:
 - la necessità di rispettare le normative sulla protezione ambientale, che in molte industrie implicano la responsabilità del produttore per i beni venduti, anche dopo la transazione di vendita;
 - l'esigenza di recuperare valore residuo dei prodotti consumati/rotti/obsoleti;
 - l'aumento dei resi dei prodotti.
- **Gestione efficiente dei magazzini:** vi sono, a nostro avviso, tre principali elementi che influenzano maggiormente la gestione dei magazzini per la logistica. Essi sono:
 - la crescente carenza di manodopera;
 - l'aumento della domanda di servizi logistici da parte dei rivenditori online;
 - le implicazioni derivanti dall'adozione delle nuove tecnologie (come vedremo più avanti).

Su questo versante, digitalizzazione e sostenibilità sono fattori molto interconnessi. Le principali implementazioni in atto riguardano:

- magazzini centralizzati vs di prossimità (con l'obiettivo, quindi, di accorciare le distanze medie di consegna);
- l'applicazione di strumenti analitici automatici a scopo previsionale per aumentare l'efficienza del magazzino;
- l'adozione di principi di smart storage per stoccare e recuperare merci in modo più efficiente e, quindi, con minor impatto ambientale;
- il rinnovamento, secondo principi di sostenibilità, delle strutture esistenti e lo sviluppo di nuove strutture a basso impatto ambientale;
- l'uso di robot e veicoli a guida autonoma.

Logista negli ultimi anni ha avviato un **processo di rinnovamento sostenibile dei suoi principali hub**.

Il 99% delle sedi del Gruppo utilizza elettricità prodotta da fonti rinnovabili, compresi tutti i centri gestiti direttamente in Spagna, Francia, Italia e Portogallo. Inoltre, Logista si prefigge l'obiettivo di ridurre del 30% le emissioni complessive entro il 2030 (rispetto

al 2013) e di arrivare ad una riduzione del 54% entro il 2050.

In quest'ottica, nel 2021 si sono conclusi i lavori di costruzione di un nuovo **Green Hub ad Anagni** nel Lazio, un centro di eccellenza per il territorio che include 60 ulivi, 20 alveari ed un impianto fotovoltaico da 150kW picco, che lo rende in parte energeticamente autosufficiente.

La scelta del fotovoltaico è un tassello fondamentale per Logista che si è data l'obiettivo di raggiungere, entro il 2025, importanti livelli di **autosufficienza energetica** delle strutture chiave mediante un importante piano di investimenti che coinvolgerà trasversalmente i depositi principali in tutta Italia.

A riprova di questi impegni, da diversi anni consecutivi, CDP (Carbon Disclosure Project, una delle principali organizzazioni non profit per la valutazione della trasparenza in tema di climate change) include Logista nella sua prestigiosa categoria "A". Logista è inoltre riconosciuta da CDP come Supplier Engagement Leader, per gli sforzi volti a misurare e ridurre il rischio climatico lungo tutta la supply chain.

Le leve a disposizione sono dunque molteplici ed è facile prevedere nel prossimo futuro l'**avvio di una fase di trasformazione** altrettanto profonda di quella osservata nel settore negli ultimi anni.

Nonostante il quadro di possibili implementazioni per il settore sia oggi molto ricco, non appaiono altrettanto certi il **contesto macroeconomico** e, soprattutto, il **quadro regolamentare** associato. È infatti fondamentale che il processo di transizione ecologica si muova di pari passo con l'esigenza del mondo produttivo di mantenere un adeguato profilo di competitività, consentendo alle aziende del settore una corretta pianificazione degli investimenti. Occorrerà pertanto dare concretezza agli obiettivi posti in sede europea attraverso un percorso di implementazione che, in sintonia con il PNRR, consenta alle aziende di avere un **quadro di norme chiaro e tempi certi** per lo sviluppo delle soluzioni tecnologiche e infrastrutturali più adeguate a costi accessibili, tali da permettere la piena sostenibilità economica del settore.

INNOVAZIONE TECNOLOGICA, DIGITALIZZAZIONE E IMPATTI SUL SETTORE: LE POSSIBILITÀ ABILITATE DALL'UTILIZZO DEI BIG DATA, I MODELLI DI BUSINESS INNOVATIVI RESI POSSIBILI DALLA TECNOLOGIA, IL RUOLO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER IL FUTURO DEL SETTORE

Come osservato nel paragrafo precedente, l'accelerazione della transizione digitale promette di essere una delle armi più importanti nella lotta al cambiamento climatico, grazie al suo **potenziale di abilitazione di profili di maggior efficienza energetica**, di adozione di **nuovi modelli di organizzazione** e di **promozione di stili consumo meno impattanti** sul pianeta.

Si tratta della cosiddetta **"Twin Transition"** promossa dalla **Commissione Europea**, che si rispecchia in varie modalità di finanziamento del processo di cambiamento quali la **Sustainable and Smart Mobility Strategy**, e in particolar modo nella **Recovery and Resilience Facility (RRF)**, lo strumento di riferimento dell'Unione Europea per la ripresa dalla pandemia COVID-19 che costituisce l'**89%** dell'intero fondo **Next Generation EU**.

Parallelamente, il PNRR italiano destina circa **34 miliardi di Euro** per investimenti e riforme incentrate soprattutto su transizione energetica, intermodalità nel settore dei trasporti a lunga percorrenza (in particolar modo lo sviluppo della mobilità su rotaia), sviluppo di un sistema di trasporti sostenibile e sulla messa in sicurezza di tutta l'infrastruttura di trasporto nazionale (con particolare attenzione su ponti, strade e autostrade). Questo stanziamento di risorse (che ammonta a circa il 18% dell'intero piano) viene diviso in:

- **missione 1:** digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura;
- **missione 2:** rivoluzione verde e transizione ecologica;
- **missione 3:** infrastrutture per una mobilità sostenibile.

A testimonianza del ruolo centrale della logistica e dei suoi possibili sviluppi digitali, una delle componenti della missione 3 è la **digitalizzazione della logistica**: a tal riguardo, il Piano stanziava **360 milioni di Euro** finalizzati a promuovere interventi per potenziare la sicurezza stradale e la logistica sostenibile in chiave digitale, puntando sull'applicazione di soluzioni tecnologiche per la logistica integrata e l'interconnessione di ponti, viadotti e porti⁹.

Digitalizzazione dei processi, raccolta ed elaborazione di grandi moli di dati e infrastrutture di connessione concorrono dunque a creare un **ecosistema** sempre più interrelato che non solo genera vantaggi in termini di produttività economica, ma anche di sostenibilità ambientale. Dematerializzare, misurare e migliorare i processi produttivi e di consumo, generando **maggiore benessere economico a minor impatto ambientale**, con ricadute positive di **inclusione sociale**: questo è l'obiettivo reso finalmente conseguibile dalla convergenza tra le due trasformazioni in atto a livello globale, quella verde e quella digitale.

⁹ Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Bureau Veritas, 2022.



Figura 2. Elaborazione grafica della digital transformation. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti, InnoTech Community, 2022.

Facilitando lo scambio di flussi di beni e merci, la logistica svolge un ruolo essenziale per la crescita economica, costituendo l'infrastruttura di base che sostiene lo svolgimento di tutte le attività produttive ed economiche. Soluzioni tecnologiche all'avanguardia migliorano il **monitoraggio** e il **controllo in tempo reale**, con previsioni di domanda e fornitura di servizi sempre più precisi grazie all'**analisi in tempo reale dei dati**. Come vedremo, queste innovazioni possono essere integrate in modelli efficienti basati su **soluzioni automatizzate** (es.: guida autonoma, droni e robot) in grado di aumentare l'efficienza complessiva del settore.

Se la terza rivoluzione industriale ha comportato, con l'avvento della digitalizzazione, l'emergere di numerose modalità di spostamento assistito, la mobilità, e quindi anche la logistica, sta oggi certamente vivendo, con la **quarta rivoluzione industriale**, la piena integrazione tecnologica nei nuovi modelli economici. L'innovazione digitale nella logistica rappresenta un "caso di scuola" nell'integrazione delle nuove tecnologie, con potenziali risvolti in tutte le componenti del settore, dalle aree di stoccaggio, al trasporto e gestione degli ordini.

Con la **rivoluzione industriale 4.0**, le imprese sono chiamate ad adottare le innovazioni disponibili nel mercato per costruire le basi del successo futuro.

Le **innovazioni digitali** nel settore della logistica sono alimentate principalmente da:

- **analisi dei dati:** l'analisi consapevole dei dati permette l'ottimizzazione dei processi di tutti gli attori coinvolti – dal fornitore di servizi, al trasportatore – con, quindi, notevoli efficientamenti sui costi e capacità di compiere decisioni strategiche più consapevoli. Ricorrere all'utilizzo dei Big Data permette, tra l'altro, di analizzare l'efficacia delle strategie aziendali, migliorare le previsioni di vendita e gestire in maniera efficiente i flussi di inbound e outbound dei materiali;
- **automazione:** lo sviluppo di tecnologie che automatizzano pratiche analogiche permettono un aumento della produttività e una migliore allocazione delle risorse aziendali;
- **blockchain:** l'impiego della blockchain nella logistica permette, ad esempio, di tracciare e risalire alla cronistoria del prodotto dal luogo di produzione fino all'arrivo al consumatore. In questo modo è possibile garantire la qualità e la provenienza di un prodotto - aspetto ritenuto sempre più fondamentale dal consumatore medio;
- **intelligenza artificiale e machine learning:** attraverso dinamiche di machine learning un sistema complesso diviene capace di apprendere e migliorare le sue performance, analizzando i dati a sua disposizione. Nel settore della logistica, l'uso dell'intelligenza artificiale appare particolarmente promettente sotto svariati aspetti:
 - previsione della domanda: gli algoritmi di intelligenza artificiale usano modelli statistici per analizzare lo storico delle vendite aziendali. In questo modo, diventa possibile formulare previsioni più attendibili e agevolare così la gestione delle scorte;
 - gestione degli stock: come accennato, una maggior capacità previsionale, declinata in tempo reale, contribuirà ad una migliore gestione degli stock, fino al conseguimento di livelli di efficienza fino ad oggi ritenuti impensabili;
 - ottimizzazione delle rotte di trasporto: per una stima più precisa dei tempi di consegna ed il miglioramento della tracciabilità dei pacchi;
 - adozione di **piattaforme digitali collaborative** che permettono un **controllo in real-time del trasporto B2B**, nonché nel **tracking innovativo** per i rapporti B2C.

Alcune tra le innovazioni più importanti riguardano poi la **flotta dei veicoli** (nuove tecnologie di powertrain, utilizzo di droni, ecc.) e lo stoccaggio delle merci.

In tale contesto il servizio di Trasporto Garantito introdotto da Logista nel 2005 rappresenta il completamento della rete distributiva permettendo una sempre maggiore integrazione dell'intera rete e della valorizzazione dei servizi. Il servizio consiste nella consegna dell'ordine direttamente alla rivendita e prevede, nei casi di furto o sinistro, il recapito dell'ordine entro 24 ore senza costi aggiuntivi o tempi di attesa per il rimborso.

I tabaccai aderenti al servizio sono oltre 41 mila, l'80% sul totale.

Un ulteriore ambito di sviluppo di soluzioni innovative è quello della **robotica**. Il **51%** delle aziende del settore ha implementato l'impiego di soluzioni in questo ambito, mentre l'**84%** prevede di adottarla o di incrementarne l'utilizzo. I benefici che la robotica apporta risiedono principalmente nell'incremento della produttività e della qualità del lavoro.

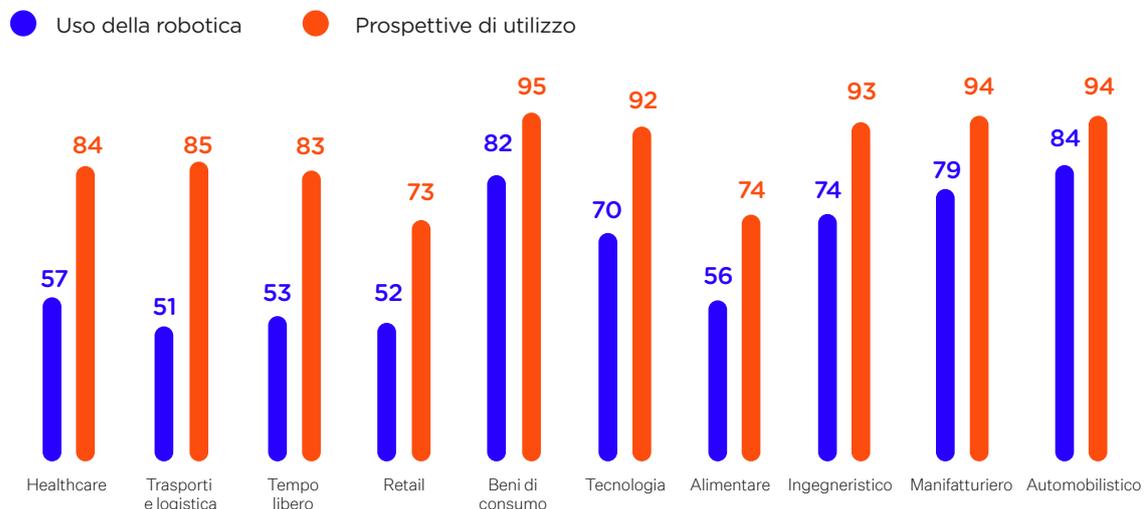


Figura 3. Uso e prospettive di utilizzo della robotica per settori di interesse. Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati ABB, 2022.

La gestione del processo di transizione in atto richiede l'introduzione di **nuove competenze** e l'attivazione di ampi processi di up-skilling e re-skilling.

Come visto, l'innovazione tecnologica è oramai una componente essenziale della competitività delle imprese della distribuzione e Logista ha abbracciato con convinzione questa tendenza al fine di offrire ai clienti ed ai consumatori un servizio allo stato dell'arte.

Questa spinta all'innovazione è stata ulteriormente rafforzata dai requisiti specifici del settore dei prodotti da fumo e da inalazione nel quale l'azienda opera. A maggio 2019 è infatti entrato in vigore (per le sigarette e il trinciato) il **sistema Track & Trace** previsto dalla Direttiva Europea EU 2018/574 con il relativo miglioramento di qualità, accuratezza e integrità dei dati di tracciabilità. La Direttiva richiede, sul singolo pacchetto, la presenza di un codice identificativo contenente le informazioni relative alla produzione, al mercato di destinazione e a tutti i successivi ordini di acquisto. Tale codice deve essere inviato in un *repository* europeo con la finalità di verificare nel continuo la coerenza tra le informazioni contenute nel codice e tutte le successive movimentazioni del singolo pacchetto. Va da sé che una qualsiasi discrepanza risulta in un blocco alla movimentazione del pacchetto e dell'aggregato (stecca, collo, pallet) di cui fa parte.

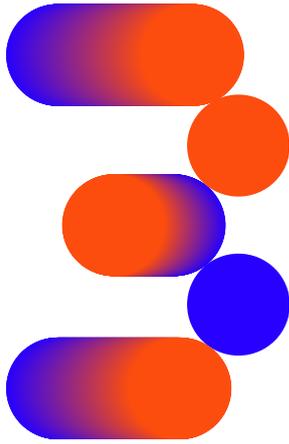
Logista, che si occupa di preparare gli ordini per i diversi punti vendita a partire dal prodotto consegnato dalle aziende produttrici, **ha dovuto aggiornare e rivedere la sua infrastruttura tecnologia al fine di interagire costantemente con il repository** e ricevere le necessarie autorizzazioni alla consegna dei prodotti.

L'implementazione della Direttiva, la cui applicazione si estenderà a tutti i prodotti del tabacco a partire dal 2024, ha comportato ad oggi un investimento quantificabile in circa 50 mln di Euro a livello di gruppo.

Un fenomeno di più ampio respiro, cui qui conviene solamente accennare, riguarda la **velocità** dei cambiamenti e il venir meno dei confini tra settori, che riscriverà la mappa competitiva anche delle attività logistiche e distributive, con l'esigenza di attivare forme di cooperazione innovative tra aziende ed ecosistemi.

In sintesi, le aziende della distribuzione stanno modificando strutturalmente – ormai da qualche anno – il profilo di competenze aziendali detenute ed i processi operativi, evolvendo rapidamente grazie alla capacità di incorporare nuove tecnologie e modelli di open innovation¹⁰. Nei prossimi anni, assisteremo all'aspirazione di questo processo, che renderà il settore uno degli ambiti che maggiormente contribuiranno tanto alla **crescita economica**, sostenendo la diffusione di modelli di distribuzione sempre più veloci e capillari, quanto alla **transizione ecologica**.

¹⁰ Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti, *Il Nuovo Futuro – InnoTech Community*, 2020.



Il settore dei prodotti da fumo e da inalazione



Capitolo 3:

Il settore dei prodotti da fumo e da inalazione

L'EVOLUZIONE DEL SETTORE NEGLI ULTIMI DIECI ANNI

Il settore dei prodotti a base di tabacco ha conosciuto negli ultimi anni un'autentica rivoluzione.

Quello che per decenni si era caratterizzato come un business maturo e molto consolidato, in grado di garantire la produzione e la distribuzione di un prodotto soggetto a un processo di innovazione continua di natura incrementale, ha visto intervenire negli ultimi dieci anni - con una progressiva accelerazione nel corso di quelli più recenti - trasformazioni profonde e irreversibili.

Tale trasformazione trae origine, da un lato, dalla volontà dell'industria di utilizzare la leva tecnologica, grazie ai notevoli investimenti effettuati dai player del settore, per proporre prodotti alternativi al tabacco tradizionale a potenziale rischio ridotto e/o modificato e, dall'altro, dalla crescente incidenza delle preoccupazioni legate all'impatto sulla salute dei consumatori - che ha tra l'altro condotto ad un inasprimento del quadro normativo volto a ridurre i consumi e scoraggiare l'iniziazione dei giovani. In parallelo, anche le fasi a monte e a valle della filiera industriale (agricoltura, da un lato, distribuzione, dall'altro) sono state sfidate dall'esigenza di trasformare il proprio approccio adottando logiche e orientamenti caratterizzati da maggior attenzione alla tecnologia, alla sostenibilità ambientale, all'innovazione.

Proprio la struttura integrata delle filiere industriali dei prodotti a base di tabacco costituisce uno degli elementi di maggior importanza per il settore, anche per far fronte ai rischi, sempre presenti, della contraffazione e del commercio illecito.

Gli elementi citati, che descrivono sinteticamente la traiettoria di lungo termine del settore, hanno trovato negli ultimi anni un riscontro sempre più visibile nei dati di mercato, come si può osservare dai grafici e dalle informazioni proposte nel presente capitolo.

I consumi hanno imboccato una traiettoria di lungo termine di significativa diminuzione, pur con un recente rimbalzo probabilmente attribuibile all'anomalia della pandemia da Covid-19, che per un biennio ha modificato i comportamenti degli italiani.

Il tabacco riscaldato costituisce la novità più rilevante e ha visto negli ultimi quattro esercizi una forte e consistente conversione dei fumatori a questo prodotto supportando la transizione verso i prodotti di nuova generazione. Le sigarette elettroniche, che rappresentano tuttora una quota di mercato contenuta, mostrano segni di nuova crescita dopo anni di stabilità intorno al 2% del mercato.

I DATI DI PREVALENZA

I dati ufficiali presentati dall'Istituto Superiore di Sanità mostrano **per la prima volta nel 2022 un aumento generalizzato della prevalenza dei fumatori al 24,1%** (ai livelli strutturali del 2006) dopo alcuni anni in cui il valore medio era rimasto stabile intorno al 22%.

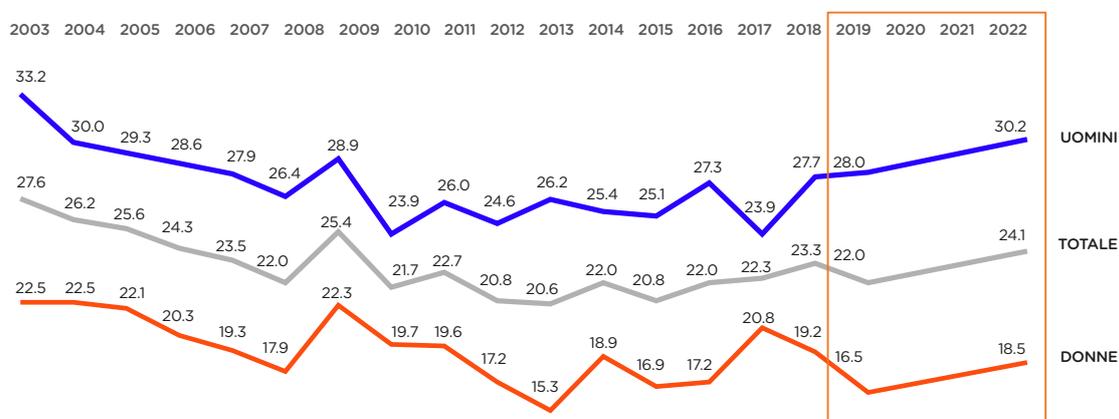


Figura 1: Evoluzione della prevalenza dei fumatori (valori percentuali), 2003-2022. Fonte: Elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istituto Superiore di Sanità, 2022.

Una possibile motivazione dell'aumento del dato di prevalenza complessivo può essere rappresentata dalla **pandemia da COVID-19, che ha imposto a tutti i cittadini un drastico cambio delle abitudini** (molte meno occasioni di socialità, molto più tempo trascorso in casa, ricorso allo smart working). Tale fenomeno del tutto inedito, quantomeno nei tempi moderni, di fatto ha comportato da un lato il venir meno di tutte le circostanze in cui il consumo dei prodotti da fumo e da inalazione non era consentito e, dall'altro, il verificarsi di situazioni di forte stress emotivo e psicologico a cui i consumatori abituali di prodotti da fumo e da inalazione possono aver risposto con un aumento dei consumi. L'eccezionalità del momento suggerisce cautela nell'interpretazione dei dati in una prospettiva di medio-lungo periodo: l'aumento nei consumi potrebbe essere stato determinato da fattori contingenti più che indicare un orientamento duraturo del mercato.

Se è evidente che la percentuale dei fumatori nella popolazione sia aumentata negli ultimi anni, è interessante guardare in parallelo a come si stia modificando anche la frequenza di consumo, la cui evoluzione è invece in senso contrario. Il **consumo medio** giornaliero di sigarette si conferma in diminuzione con una media di 11,5 sigarette al giorno, 2 in meno rispetto a 10 anni fa (13,6 sigarette/die nel 2011), con tuttavia ancora il 20,4% di fumatori che consumano più di 20 sigarette al giorno.

In Italia gli utilizzatori abituali e occasionali di **e-cig** sono il 2,4% della popolazione (ovvero circa 1.200.000 persone), di nuovo in aumento dopo una diminuzione registrata negli anni precedenti.

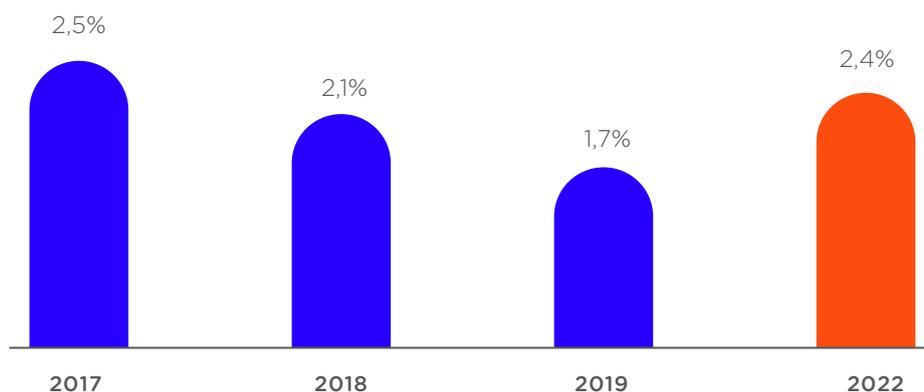


Figura 2: Evoluzione della prevalenza dei consumatori di e-cig (valori percentuali), 2017-2022. Fonte: Elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Istituto Superiore di Sanità, 2022.

Risultano in aumento anche le persone che utilizzano i prodotti a **tabacco riscaldato**: il loro consumo è triplicato, passando dall' 1,1% della popolazione italiana nel 2019 al 3,3% nel 2022, circa 1.700.000 persone¹. Questa crescita così rilevante può in parte essere spiegata dalla crescente consapevolezza dei rischi associati al consumo dei prodotti tradizionali del tabacco.

I PRODOTTI A BASE DI TABACCO: I TREND DEGLI ULTIMI 4 ANNI

Guardando ai soli prodotti a base di tabacco, i dati del periodo 2019 - 2022, che come già detto scontano l'effetto della pandemia, mostrano **un settore in crescita sia sul piano del fatturato che dei volumi**.

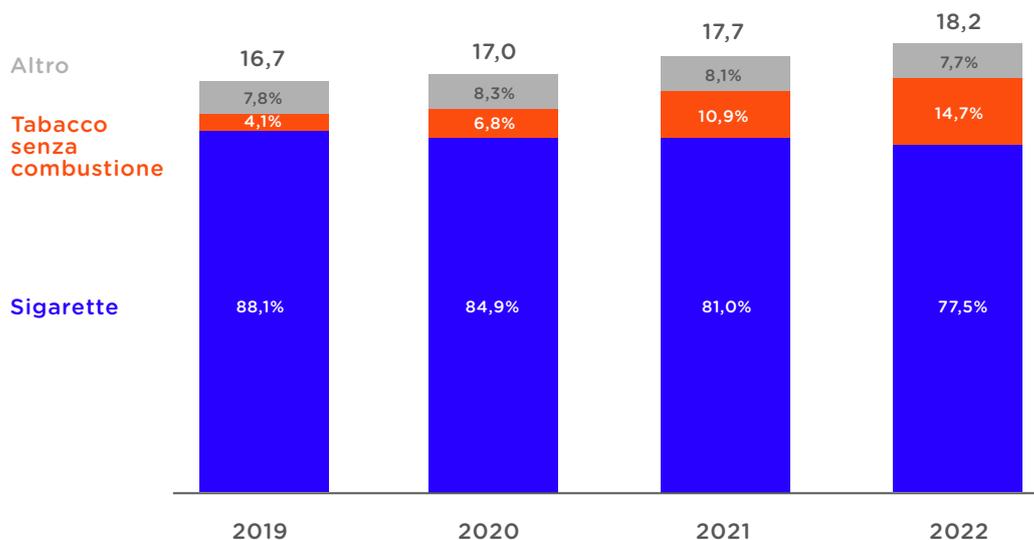


Figura 3: Evoluzione del fatturato netto dei prodotti a base di tabacco (valori percentuali e miliardi di Euro), 2019-2022. Fonte: Elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Logista, 2022.

¹ Fonte: Istituto Superiore di Sanità - Comunicato Stampa N°39/2022.

I prodotti tradizionali **costituiscono tuttora il segmento dominante del mercato** con oltre l'85% nel 2022 (77,5% rappresentato dalle sigarette e il 7,7% circa dagli altri prodotti tradizionali che includono sigari, sigaretti, trinciati e prodotti da fiuto e mastico). Tuttavia, la crescita del fatturato totale è da attribuirsi primariamente al **segmento dei prodotti del tabacco senza combustione** (Heat-not-Burn, HnB), **che sta aumentando la sua incidenza sul totale**, passando dal rappresentare il 4% circa del mercato nel 2019 a oltre il 10% nel 2021 e fino al 15% circa nel 2022. Anche analizzando il dato in termini percentuali sulla distribuzione dei fatturati, l'incremento del segmento HnB mostra in modo chiaro la transizione dei consumatori verso prodotti a potenziale rischio ridotto e/o modificato.

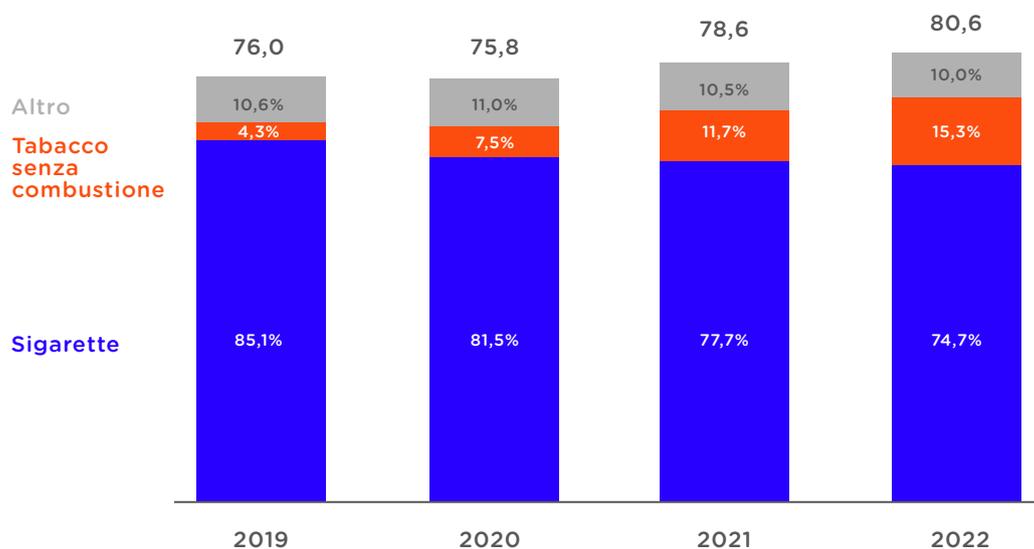


Figura 4: Evoluzione del volume di vendita dei prodotti a base di tabacco (valori percentuali e milioni di Kg²), 2019-2022. Fonte: Elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Logista, 2022.

L'imporsi dei prodotti a tabacco riscaldato risulta ancora più evidente in termini di volumi con le sigarette che perdono circa 10 punti percentuali (passando dall'85,1% al 74,7%) tra il 2019 e il 2022 pur in un contesto di crescita complessiva e i prodotti senza combustione che di fatto crescono dello stesso valore. Gli altri prodotti tradizionali rimangono invece pressoché costanti con valori intorno al 10% del volume. Nella maggior parte dei casi si tratta di un fenomeno di conversione da utilizzatori di prodotti tradizionali a utilizzatori di prodotti di nuova generazione a potenziale riduzione del rischio, come peraltro testimoniato dalla autorizzazione della Food and Drug Administration (FDA) statunitense a commercializzare alcuni di questi prodotti con la dicitura "prodotti a rischio modificato"³.

² Tutti i quantitativi indicati si riferiscono alle quantità nette convenzionali dei prodotti del tabacco.

³ Nel luglio 2020 la Food and Drug Administration ha autorizzato la commercializzazione con la dicitura "modified risk tobacco product" (prodotto del tabacco a rischio modificato) per l'IQOS Tobacco Heating System prodotto da Philip Morris Products S.A.

LE CATEGORIE

Nel 2022 sono stati venduti 60,3 milioni di Kg di sigarette, che rappresenta la principale categoria di prodotto. Tuttavia, la categoria ha registrato, rispetto al 2021, una diminuzione in termini di volumi del 1,4% accentuando il trend negativo degli anni precedenti.

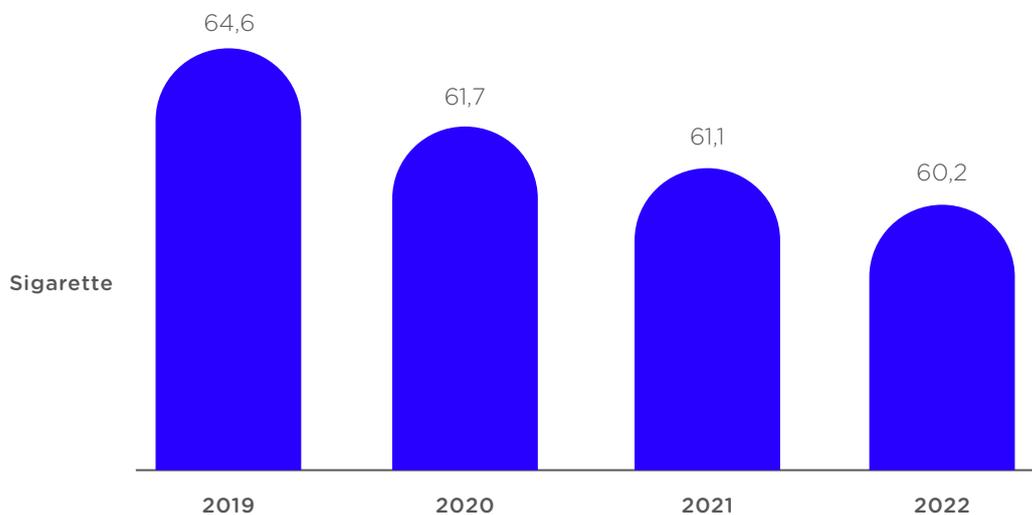


Figura 5: Evoluzione del volume di vendita di Sigarette (valori percentuali e milioni di Kg), 2019-2022. Fonte: Elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Logista, 2022.

Anche la categoria dei trinciati ha registrato un calo rispetto agli anni precedenti, attestandosi a 5,4 milioni di Kg venduti e registrando un -3,4% rispetto all'anno precedente.

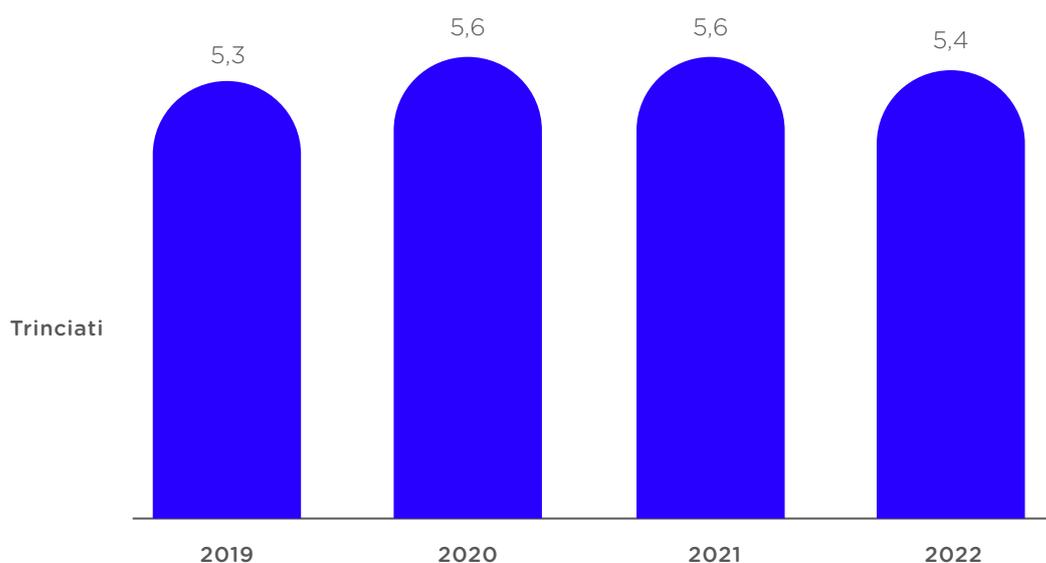


Figura 6: Evoluzione del volume di vendita di Trinciati (valori percentuali e milioni di Kg), 2019-2022. Fonte: Elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Logista, 2022.

Prosegue, invece, il trend positivo dei sigari, categoria che registra un ulteriore +1,6% rispetto al 2021, attestandosi a 962 mila Kg venduti.

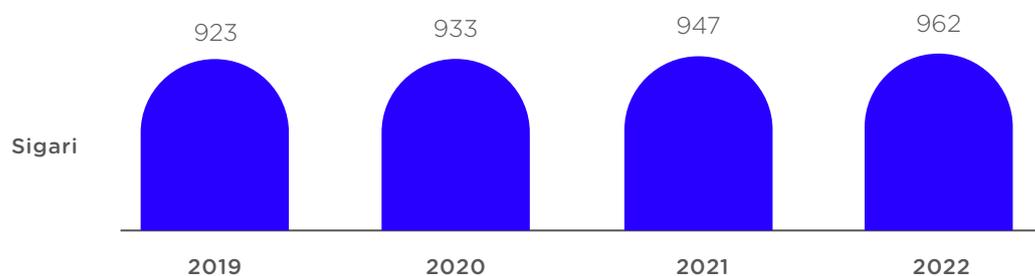


Figura 7: Evoluzione del volume di vendita di Sigari (valori percentuali e Migliaia di Kg), 2019-2022. Fonte: Elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Logista, 2022.

Prosegue il calo della vendita dei sigaretti (-2,9%).

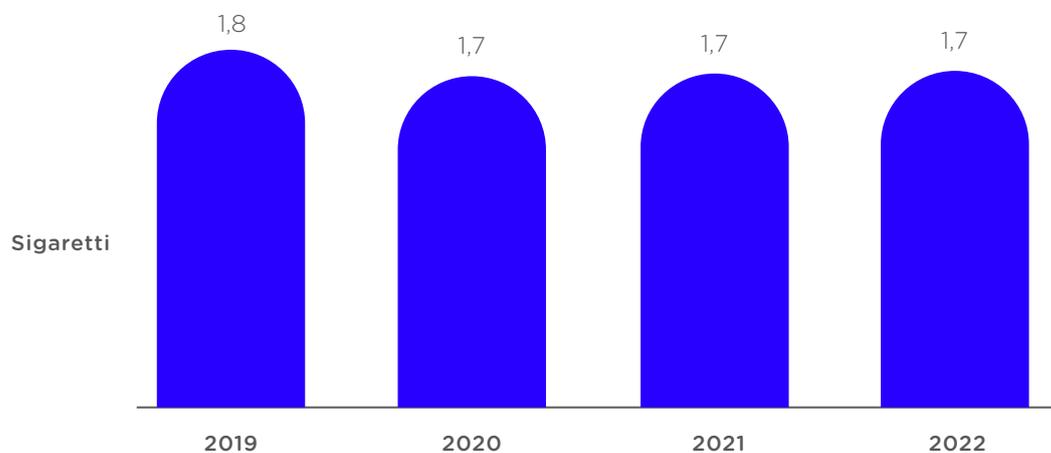


Figura 7B: Evoluzione del volume di vendita di Sigaretti (valori percentuali e milioni di Kg), 2019-2022. Fonte: Elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Logista, 2022.

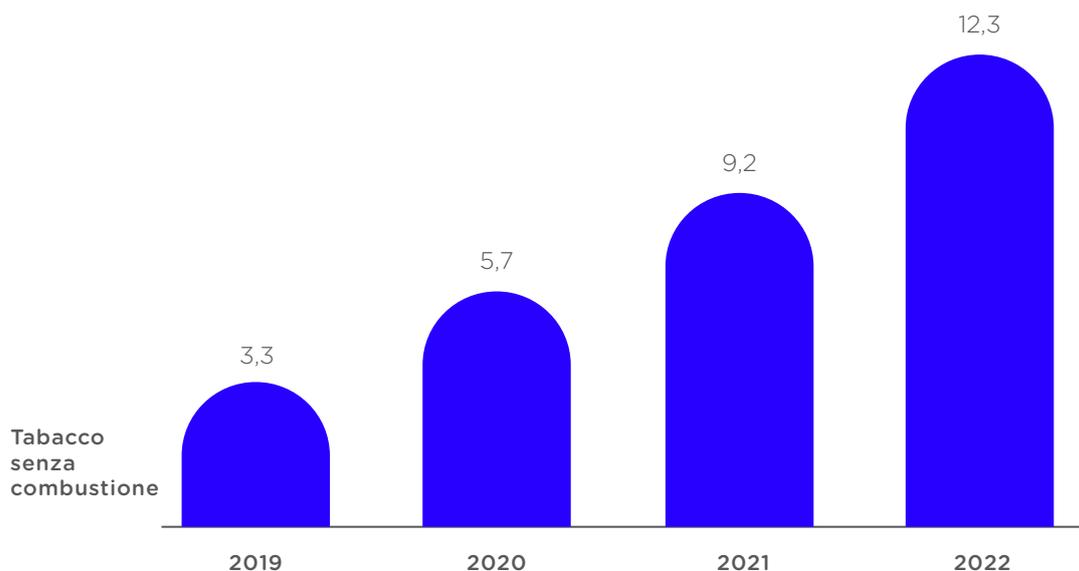


Figura 8: Evoluzione del volume di vendita di Tabacco senza combustione (valori percentuali e milioni di Kg), 2019-2022. Fonte: Elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Logista, 2022.

In un tale contesto del mercato dei tabacchi che è tendenzialmente al ribasso, la categoria del Tabacco senza combustione rappresenta senza dubbio la categoria che ha registrato le performances più rilevanti.

Con 12,3 milioni di Kg venduti nel 2022, tale categoria ha fatto registrare un +33,7% rispetto al 2021.

L'EVOLUZIONE DELLA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE E IL RUOLO DI LOGISTA NELL'INNOVAZIONE DI SETTORE

La rete distributiva dei prodotti da fumo e da inalazione è stata storicamente gestita dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM), un organo del Ministero dell'Economia e delle Finanze addetto alla gestione del gioco pubblico, e al **controllo della produzione, commercializzazione e imposizione fiscale dei tabacchi lavorati**. In seguito alle trasformazioni del mercato e al processo di privatizzazione del settore dei tabacchi, anche la rete distributiva nel 2004 è stata acquisita da Logista, operatore privato, con l'obiettivo di razionalizzarla e di aumentarne l'efficacia operativa.

In particolare, è stato portato a termine un processo di riorganizzazione della rete con l'evoluzione dei magazzini di vendita in 92 piattaforme distributive. L'azienda ha progressivamente sviluppato modelli di funzionamento più snelli ed efficaci che prevedono per i prodotti i seguenti passaggi:

1. dalla fabbrica agli Hub di Logista. Ad oggi ci sono tre Hub situati a Tortona, Anagni e Catania che consentono di servire tutto il territorio nazionale;
2. dagli Hub ai Transit Point. Si tratta di piattaforme di servizio che operano come Depositi Fiscali nei quali i prodotti sono in sospensione di imposta; pertanto, Logista si fa anche garante della sorveglianza e controllo dei prodotti stessi;
3. dai Transit Point alle rivendite (circa 60.000 punti vendita di prodotti del tabacco e di device elettronici per i prodotti di nuova generazione).

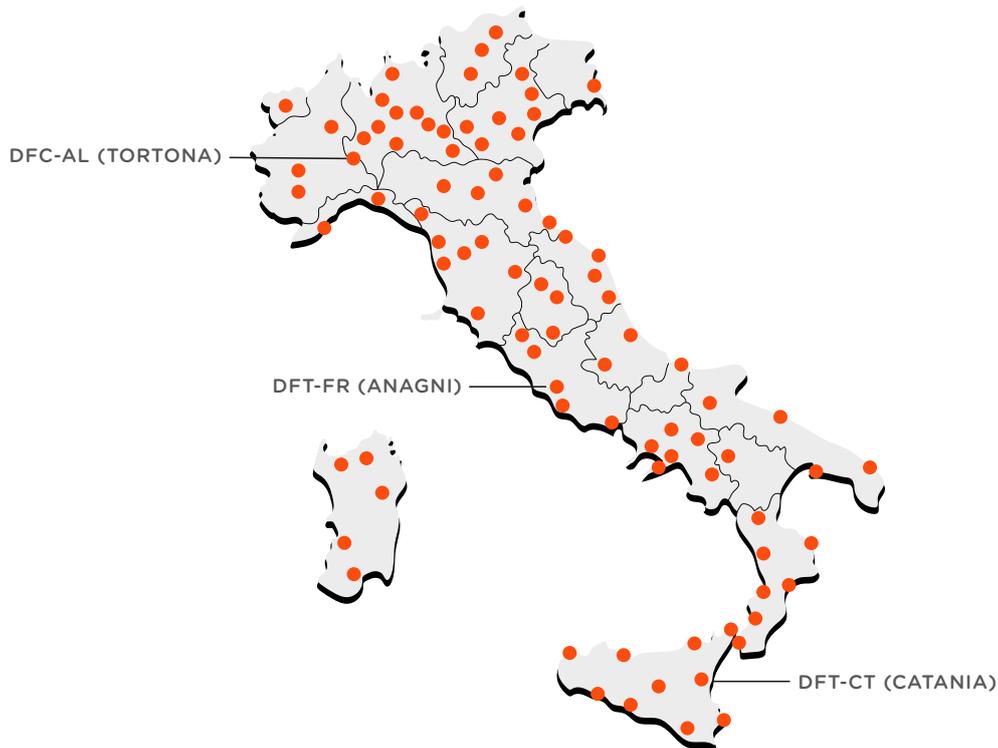


Figura 9: La rete distributiva di Logista in Italia. Fonte: Logista, 2023.

In Logista anche la raccolta e la gestione degli ordini hanno subito un processo di completa modernizzazione, puntando sempre all'innovazione e al continuo miglioramento.

Logista ha realizzato un importante investimento in tecnologia che ha consentito di **centralizzare sia la gestione che l'allestimento della grande maggioranza degli ordini** - ordinari con un lead time di 48 ore, straordinari con un lead time di 24 ore e urgenti gestiti attraverso una modalità cash & carry presso i Transit Point - lasciando comunque disponibili le modalità tradizionali ai clienti che le preferiscono, con un conseguente incremento del livello di servizio erogato nei confronti dei produttori e delle rivendite. La centralizzazione dell'**allestimento degli ordini** è stata resa possibile grazie a importanti investimenti per dotare gli Hub di Logista di **sistemi di prelievo automatico o semi-automatico**. Questo ha consentito ai tre Hub di effettuare la preparazione della maggioranza degli ordini giornalmente consegnati alle rivendite (oltre 11.000 ordini giornalieri), a partire dallo stock consegnato dalle aziende produttrici.

Logista ha sviluppato negli anni numerose soluzioni digitali a vantaggio delle rivendite e di tutti i propri clienti, con l'obiettivo costante di offrire i migliori livelli di servizio ed una serie di funzionalità, in continua evoluzione, per supportare sempre più il loro business.

Infatti, oggi le rivendite possono usufruire di efficienti strumenti centralizzati, come il Portale Web e il Gestionale Logista che rappresentano le due soluzioni digitali "storiche" a supporto delle rivendite e degli altri clienti del Gruppo.

In particolare, il "Portale Web", accessibile sia da PC che da tablet e quotidianamente utilizzato dalla quasi totalità delle rivendite in Italia, permette di gestire ordini e pagamenti (consultazione delle proprie fatture e dei propri dati sono solo alcune delle funzionalità disponibili).

Il software "Gestionale Logista", utilizzato quotidianamente da migliaia di rivendite, consente la gestione automatizzata e personalizzata degli ordini, generando delle proposte di ordine, in base alle vendite registrate e alle scorte. In particolare, integra alle funzionalità offerte dal Portale Web la possibilità di gestire all'interno del software il proprio magazzino di prodotti, mantenendolo sempre aggiornato grazie alle funzionalità di Vendita (a Consumatore, Patentino e H24) ed al caricamento delle consegne. Tramite il Gestionale Logista è infatti possibile avere un controllo a 360° gradi del proprio business, anche grazie alle funzionalità di Reporting sempre disponibili.

Alla fine del 2022 l'offerta di soluzioni digitali per i clienti si è ulteriormente arricchita con il lancio dell'app "Logista per te", l'applicazione mobile che risponde al meglio alle esigenze di clienti e consumatori finali.

Disponibile sia su App Store che su Play Store, Logista per te ad oggi è stata scaricata da oltre 20.000 clienti.

Nell'area pubblica, prima dell'accesso, l'app presenta una vista disponibile ai consumatori finali che permette di trovare la tabaccheria o il bar più vicini e consultare giorni e orari di apertura dell'attività. Una volta effettuato l'accesso, riservato soltanto ai clienti Logista e Logista Retail, è possibile effettuare l'ordine, pagare le fatture, consultare l'area messaggi e tanto altro, beneficiando di tutte le principali funzionalità del portale web attraverso il proprio cellulare, in maniera ancora più semplice e veloce.

Logista per te sarà costantemente aggiornata ed evoluta per offrire ai clienti una esperienza sempre innovativa come una sezione dedicata al monitoraggio delle "green box" consegnate/restituite e numerose altre funzionalità a supporto del loro business.

Inoltre, sarà lanciata e progressivamente resa disponibile a tutto il network distributivo Logista anche una App mobile a supporto di Depositi e Trasportatori. Grazie a questa nuova App sarà possibile garantire in tempo reale il "Proof of Delivery" di tutte le consegne Logista, digitalizzando ed ottimizzando le attività di consegna all'interno dei Punti Vendita.

L'arrivo sul mercato dei prodotti di nuova generazione (tabacco riscaldato e sigarette elettroniche) ha posto una sfida del tutto inedita non solo per i produttori ma anche per la rete di distribuzione e cioè la necessità di gestire i device elettronici strumentali al consumo di tali prodotti. Per loro natura, si tratta di prodotti che hanno un ciclo di vita e una logica di utilizzo del tutto diversa da quella dei prodotti tradizionali: l'acquisto non si esaurisce nella semplice transazione ma implica una logica di supporto e assistenza post-vendita.

In questo contesto, la rete distributiva ha saputo cogliere le nuove esigenze per offrire servizi innovativi volti a garantire la migliore esperienza di consumo dei prodotti di nuova generazione supportando anche la fase di post-vendita.

Logista ha esteso i suoi servizi, tradizionalmente offerti al punto vendita, anche direttamente ai consumatori finali, sia attraverso la consegna dei prodotti a domicilio (nei limiti delle categorie di prodotti consentite dalla regolamentazione) che attraverso un sistema efficace di sostituzione commerciale dei prodotti potenzialmente difettosi. Confermando la sua identità di azienda innovativa e in grado di accompagnare il processo di trasformazione del mercato, Logista ha recentemente integrato ulteriormente la sua offerta in una logica di servizio end-to-end, facendo leva sulle sue caratteristiche distintive quali la capillarità della rete distributiva, la diffusione locale dello stock grazie alla sua rete di Transit Point e la capacità di operare sia con modalità business-to-business coerentemente con la sua vocazione storica, che in una logica business-to-consumer grazie alle recenti scelte strategiche. Tali servizi a valore aggiunto fanno sempre di più leva sulle tecnologie di data analysis a supporto dei processi decisionali (dal demand planning alla individuazione e previsione delle abitudini di consumo).

Tutto questo è reso possibile dalla disponibilità di strumenti tecnologici e informatici proprietari che abilitano tali servizi. Anche in questo ambito, Logista ha recentemente compiuto uno sforzo di innovazione importante. L'infrastruttura di base, gestita a livello di gruppo, è stata affiancata da una nuova piattaforma omni-channel (online, cash&carry, sales representatives di Logista e sales representatives delle aziende produttrici), specifica per l'Italia, che ha di fatto migliorato in modo deciso l'efficienza e l'efficacia dell'interazione con le rivendite.

LA RETE DELLE RIVENDITE

La rete delle tabaccherie costituisce una caratteristica unica nel panorama nazionale, non solo per l'ampia diffusione e forte radicamento sul territorio, ma anche per la sua connotazione di vero e proprio punto di riferimento per la Pubblica Amministrazione, il mondo imprenditoriale e la cittadinanza nell'offerta di beni e servizi all'utenza.

Una "Rete dello Stato" che operando in assoluta conformità alle esigenze del settore, soddisfa in modo equilibrato i differenti interessi collegati al settore non solo di natura pubblica ma anche privata.

Ad oggi la rete delle tabaccherie è composta da 51.551 tabaccherie attive⁴ coprendo circa il 95% dei comuni italiani, con un accesso medio giornaliero di circa 15 milioni di clienti, che evidenzia una notevole capillarità sul territorio. Un presidio essenziale, che si distingue da altre realtà commerciali per prossimità al cliente, diffusione e per integrazione al contesto demografico di riferimento, con un rapporto rivendite attive/popolazione pari a 1 ogni 1.144 abitanti⁵.

Per effettuare una comparazione con altre reti considerate ampiamente diffuse sul territorio nazionale, si pensi che esiste uno sportello bancario ogni 2.724⁶ abitanti e un ufficio postale ogni 4.608 abitanti⁷.

Nonostante questo, gli effetti del Covid sono ricaduti anche sulle tabaccherie, colpendo in particolare quelle con una bassa remuneratività, che alla crisi economica che ne è seguita sono state costrette a cessare l'attività.

L'aggio medio 2022 si attesta a € 42.842⁸.

⁴ Per attive si intendono le tabaccherie che hanno prodotto reddito da tabacchi nell'arco dell'esercizio finanziario 2022.

⁵ Il dato è stato calcolato prendendo come riferimento il dato popolazione Istat al 1° gennaio 2022, pari a 58.983.000.

⁶ Dato desunto da Report Banca d'Italia "Banche ed istituzioni finanziarie: articolazione territoriale" anno 2021 pubblicato il 31 marzo 2022.

⁷ Dato desunto dalla Relazione Finanziaria Annuale 2021 di Poste Italiane, pubblicata il 5 aprile 2022.

⁸ Il calcolo è stato eseguito sulle sole rivendite con 12 mesi di fatturato e non tiene conto dei recenti sviluppi inflativi.

Oltre ai prodotti da fumo e da inalazione, nel corso del tempo sono stati introdotti nelle tabaccherie numerosi servizi, quali il pagamento delle imposte, dei tributi, e delle bollette per servizi ed utenze private, la riscossione del bollo auto, l'emissione dei valori bollati telematici, le ricariche telefoniche, ricevimento e spedizione di pacchi postali e molto altro ancora.

In ragione di tale offerta "multi servizi" e della tipologia di prodotti commercializzati, alcuni dei quali veicolati all'utenza in ragione di una concessione dello Stato, le tabaccherie si propongono oggi quali veri e propri punti sussidiari dello Stato ed importanti anelli di congiunzione fra lo Stato, il cittadino e tutto il sistema economico imprenditoriale.

Le tabaccherie, infatti, sono l'esempio di un sistema di vendita al dettaglio qualificato ed affidabile, ma anche esercizi del tutto peculiari rispetto al panorama commerciale italiano, soggette ad una rigorosa disciplina di settore e ad un controllo puntuale dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

Basti pensare, a titolo meramente esemplificativo, che per assumere la titolarità di una tabaccheria - tecnicamente una concessione per la rivendita di generi di monopolio - è necessario essere in possesso di specifici requisiti soggettivi e conseguire un'idoneità professionale all'esercizio dell'attività all'esito di appositi corsi di formazione.

A conferma della particolarità dei servizi svolti in tabaccheria e dell'inclinazione della rete allo svolgimento di attività rivolte alla collettività con un ruolo di presidio sul territorio, nel corso dello stato emergenziale da Covid-19, le rivendite sono rientrate tra gli esercizi autorizzati a rimanere aperti per consentire ai cittadini di approvvigionarsi di beni e servizi ritenuti essenziali.

Al di là di ciò, tuttavia, la pandemia, unitamente alla crisi economica post-Covid ed all'inflazione, ha comportato pesanti conseguenze sull'intera categoria: rispetto al 2019, oggi si contano circa 2.300 tabaccherie in meno, a fronte di circa 240 nuove istituzioni disposte nell'ultimo triennio.



Figura 10: La distribuzione regionale delle tabaccherie sul territorio.

LA RETE DI DISTRIBUZIONE E IL PRESIDIO DELLA LEGALITÀ

La profonda trasformazione vissuta dalla rete distributiva dei prodotti da fumo e da inalazione è andata di pari passo con la trasformazione vissuta dalla rete di vendita.

La rete tradizionale, costituita dalle tabaccherie e maggiormente presente sul territorio, ha progressivamente modificato il proprio modello di business, ampliando la gamma di offerta e proponendo le tabaccherie come veri e propri centri servizi a disposizione dei consumatori.

Contemporaneamente la rete distributiva si è arricchita di altri canali di vendita che, nel rispetto delle medesime disposizioni, operano con prerogative differenti in termini di minore capillarità e presenza sul territorio.

Questo percorso non ha però portato al venire meno delle prerogative storicamente in capo alla rete, intesa in senso lato come insieme della rete di distribuzione e delle rivendite, di presidio della legalità abilitato dalla presenza capillare sul territorio.

Come abbiamo visto, Logista si fa garante della integrità e del presidio del prodotto distribuito anche in virtù del suo ruolo di sostituto di imposta. In questo ambito, gli investimenti realizzati per l'implementazione del track & trace, descritti nel capitolo 2, sono stati molto importanti.

Dal canto loro, le rivendite autorizzate si fanno carico di verificare che i clienti rispettino i requisiti di legge previsti per l'accesso a determinate categorie di prodotti, tra cui quelli a base di tabacco e degli assimilati, svolgendo un ruolo di garanzia e tutela della salute dei cittadini.

Nel complesso, tutti i player del settore dei prodotti da fumo e da inalazione si preoccupano di garantire l'integrità della catena di fornitura in termini di qualità e liceità dei prodotti che vengono immessi sul mercato. Questo sistema consente infatti all'Italia di registrare **un'incidenza dell'illecito nel settore in calo**. Il rapporto 2022 di KPMG⁹, indica per l'Italia un'incidenza dell'illecito pari al 2,2% del mercato legale nel 2021 ed in diminuzione negli ultimi 4 anni seppur con perdite erariali che restano significative (272 milioni di euro).

Si tratta di un dato certamente positivo per l'Italia, che rispecchia l'impegno di tutti gli attori del settore e delle forze dell'ordine, che però non deve essere dato per acquisito e rispetto al quale è necessario tenere costantemente alta l'attenzione per limitare il rischio che il fenomeno dell'illecito possa tornare ad affermarsi, anche considerata la vitalità dello stesso. Anche in questo caso un punto di attenzione è rappresentato dagli effetti della recente pandemia che, con la limitazione della mobilità personale e la sospensione dei permessi per le attività commerciali degli ambulanti, sembra aver contribuito ad abbassare la quota di prodotti illeciti consumati in Italia. Diverse evidenze mostrano infatti la forte correlazione tra il fenomeno del contrabbando e la mobilità. Il rapporto 2022 di Intellegit¹⁰ evidenzia come le stazioni ferroviarie costituiscano i principali luoghi in cui sono vendute sigarette illecite, in particolare nelle città che registrano i volumi più significativi di contrabbando di tale prodotto quali Napoli, Palermo e Bari. Accostare a tale evidenza la profonda riduzione del tasso di mobilità che ha caratterizzato il periodo pandemico - tra 2019 e 2020 il tasso di mobilità nel giorno medio feriale si è ridotto del 16,3% e non è, ad oggi, tornato ai livelli di partenza¹¹ - risulta utile per comprendere come il contrabbando abbia subito un significativo

⁹ *Illicit cigarette consumption in the EU, UK, Norway and Switzerland, KPMG, 2022.*

¹⁰ *Il mercato illecito di sigarette e prodotti di nuova generazione in Italia, Intellegit, 2022.*

¹¹ *19° Rapporto sulla mobilità degli italiani, Isfort, 2022.*

impatto dalla pandemia e come il fenomeno necessita di essere presidiato con attenzione per evitare una profonda ripresa dello stesso. Peraltro, il menzionato rapporto di Intellegit evidenzia come l'incidenza percentuale dei prodotti di origine non domestica sul totale dei pacchetti di sigarette vuoti rilevati in 85 Comuni italiani campione, nel corso del 2021, sia passata dal 2,6% del primo trimestre dell'anno al 3,7% del quarto e di come quindi il fenomeno stia riacquisendo vitalità. Peraltro, l'incidenza del contrabbando sarà soggetta a verifica negli anni successivi alla luce dell'aumento dell'imposizione fiscale per le sigarette e per i trinciati programmato dall'ultima Legge di Bilancio. Occorre inoltre considerare come i dati contenuti nei report ufficiali si scontrino con alcune incongruenze che suggeriscono dimensioni del fenomeno maggiori di quelle rilevate dagli studi di settore. Esemplificativo a tal proposito è il fatto che, seppur il fenomeno sia segnalato in calo, in una città storicamente caratterizzata da elevati volumi di prodotto illecito come Napoli, la quota di volumi leciti nella relativa provincia sia rimasta sostanzialmente stabile registrando variazioni nell'ordine dello +0,1-0,2% nel corso delle annualità dal 2016 ad oggi.

Un ulteriore punto di attenzione rispetto al monitoraggio e contrasto del fenomeno dell'illecito può essere rappresentato dall'affermarsi del canale online (limitatamente alle categorie di prodotto per cui non esiste una prescrizione normativa) che per sua natura è più difficilmente soggetto alle forme di controllo tradizionalmente utilizzate per il settore.

L'IMPEGNO PER LA DIVERSITÀ E L'INCLUSIONE

Negli ultimi anni, lo sviluppo della Diversity & Inclusion si è posto anche in Italia come condizione essenziale per la crescita delle imprese e la promozione di efficienza e competitività. Nel percorso verso l'Agenda 2030 e una transizione giusta non si può, infatti, prescindere dall'attenzione alle persone e dalla valorizzazione delle diversità, a cui sono chiamati, in egual misura, governi e imprese tramite l'appello "Leave No One Behind".

Per il settore privato risulta cruciale adattare la struttura e la cultura aziendale al fine di rendere l'ambiente lavorativo aperto, dinamico e inclusivo.

L'eterogeneità, infatti, accompagnata da un processo di inclusione, permette di migliorare le performance aziendali e, di conseguenza, la performance finanziaria. Non solo buone pratiche di D&I attraggono talenti, investitori e consumatori, ma coadiuvano i processi innovativi e creativi, migliorano il clima interno, valorizzano l'equity di marca e la reputazione dell'azienda.

Tale percorso di D&I, che affonda le radici nei diritti umani fondamentali ed è in molti casi previsto e regolato dalla normativa italiana ed internazionale, non sempre tuttavia risulta di facile implementazione. La situazione è stata poi esacerbata dalla pandemia COVID-19, che ha peggiorato alcune differenze e acuito talune diseguaglianze già presenti nel nostro assetto lavorativo.

Il business gioca, quindi, un ruolo fondamentale in questo senso, potendo attuare strategie e pratiche al proprio interno e lungo la propria catena di fornitura per includere chi nella società viene escluso.

Logista è certa che la prevenzione della discriminazione e l'istituzione dell'uguaglianza nei luoghi di lavoro e nelle catene del valore sono, prima di tutto, una responsabilità etica e una questione di equità che aiuta a garantire processi e programmi imparziali, al fine di garantire risultati uguali per ogni individuo.

Poiché non si tratta solo di promuovere nuovi obiettivi, policy e pratiche, ma anche in modo più ampio di abbracciare una vera e propria cultura inclusiva.

Per riuscirci Logista è pronta a mettere in atto uno sforzo importante nel ripensare le modalità organizzative consuetudinarie e nell'affrontare i pregiudizi inconsci.

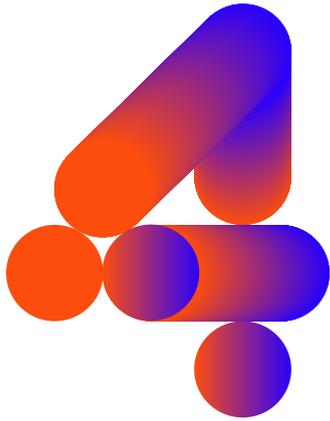
Nel percorso verso un modello di business sostenibile, e nell'ottica di promuovere il benessere e lo sviluppo delle nostre persone, Logista ha iniziato da diversi anni ad implementare azioni in tema di D&I, arrivando ad essere riconosciuta, quest'anno per la terza volta, come una delle aziende leader in Europa in tema di diversità, grazie all'inclusione nel Diversity Leaders 2023, un indice di riferimento internazionale elaborato dal Financial Times e da Statista. Questa classifica analizza la diversità e l'inclusione nella popolazione aziendale di imprese private e quotate in borsa in Europa e include 35 aziende spagnole. Logista, con più di 7.000 persone di 50 nazionalità, ha ottenuto un punteggio di 7,60, posizionandosi al 232° posto su 850 aziende. Logista è la quarta azienda spagnola in questa classifica e la terza azienda europea nella categoria degli operatori logistici.

Per stilare questa classifica, il Financial Times e il team di ricerca di Statista hanno intervistato più di 100.000 dipendenti in 16 Paesi europei ai quali è stato chiesto di valutare le loro aziende e quelle del loro settore in merito all'inclusione e alla promozione delle diversità, come l'età, il genere, l'orientamento sessuale, l'etnia, la disabilità e altre.

Logista è fermamente impegnata nel sociale. A questo proposito, l'azienda utilizza l'indice Bloomberg Gender-Equality come riferimento per migliorare i propri indici di diversità e inclusione, e ha già raggiunto il 42% di presenza femminile nel Consiglio di Amministrazione (contro il 28% dell'indice Bloomberg). Inoltre, il 49% di tutti i nuovi assunti nel 2021 sono donne (contro il 44% dell'indice).

Ovviamente, l'impegno dell'azienda si sviluppa in molti aspetti lavorativi, dalla selezione, alla remunerazione, all'orario lavorativo, ferie, maternità, garanzia occupazionale, incarico, formazione, valutazione di performance, avanzamento di carriera e salariale, sicurezza e salute, conclusione dell'impiego.

Inoltre, da diversi anni Logista è parte della community "Valore D", la prima associazione di imprese che promuove l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva per la crescita delle aziende. La partnership permette ai dipendenti di Logista di partecipare attivamente ai dibattiti, alle riunioni e ai workshop al fine di acquisire consapevolezza delle proprie capacità, di valorizzare i propri successi e di essere parte di un gruppo stimolante e riflessivo sui cambiamenti della società.



Il ruolo della regolamentazione sovranazionale del settore dei prodotti da fumo e da inalazione



Capitolo 4:

Il ruolo della regolamentazione sovranazionale del settore dei prodotti da fumo e da inalazione

Il settore dei prodotti da fumo e da inalazione, per la sua rilevanza economica oltre che per il suo impatto sulla salute e sulle abitudini dei consumatori, è soggetto alla regolamentazione a livello sia nazionale che internazionale.

Per i Paesi membri dell'Unione Europea, le direttive comunitarie rappresentano la fonte legislativa primaria a cui tutti i Paesi devono attenersi. In fase di trasposizione nella legislazione nazionale, ciascun Paese ha dei margini di manovra più o meno ampi da utilizzare, rimanendo comunque nei limiti di quanto deciso a livello europeo.

Gli ultimi anni hanno visto l'avvio della revisione delle due direttive cardine che governano il settore del tabacco. In entrambi i casi, da quando i prodotti di nuova generazione sono proliferati sul mercato, e le loro vendite sono aumentate esponenzialmente, si sono configurate esigenze di aggiornamento alle normative in vigore.

Nel corso del 2020 ha avuto inizio il processo di revisione della Direttiva sulla fiscalità del tabacco che, rimandata più volte a causa della pandemia da COVID-19, dovrebbe giungere a conclusione nei prossimi mesi, con la presentazione al Parlamento Europeo della proposta di revisione da parte della Commissione. Nel 2022 è stato avviato invece il processo di revisione della Direttiva sui Prodotti del Tabacco (TPD).

DIRETTIVA SULLA FISCALITÀ DEI PRODOTTI DEL TABACCO

La Direttiva UE 64/2011 (Tobacco Excise Directive, TED) regola le accise sui prodotti del tabacco stabilendo i principi di tassazione, le aliquote e le strutture minime da applicare. Nel testo vengono definite due diverse categorie di tabacchi lavorati, regolamentando in maniera differenziata gli “altri prodotti del tabacco” rispetto alle sigarette.

L’aliquota minima per le **sigarette** consiste di:

- una componente specifica, espressa come ammontare fisso per 1000 sigarette;
- una componente ad valorem, espressa in percentuale del prezzo massimo di vendita al dettaglio.

La legislazione UE stabilisce solo aliquote minime armonizzate, gli Stati membri sono quindi liberi di applicare aliquote di accisa superiori a queste minime, in base alle proprie esigenze nazionali.

La struttura di tassazione degli “**altri prodotti del tabacco**” si discosta significativamente da quella delle sigarette. Gli Stati membri possono scegliere se applicare una componente specifica o una componente ad valorem o, se lo desiderano, una combinazione delle due.

Le aliquote minime sono stabilite per tre categorie distinte di “altri Prodotti del Tabacco”:

- tabacco da fumo trinciato;
- sigari e sigaretti;
- altri tabacchi da fumo.

La differenziazione del trattamento fiscale degli altri Prodotti del Tabacco, e in particolare del tabacco riscaldato, in considerazione, tra le altre cose, anche di un diverso livello di rischio è stata in passato recepita anche in Italia.

Tuttavia, i primi orientamenti sulla revisione della Direttiva fiscale si porrebbero in discontinuità rispetto alla originaria Direttiva UE 64/2011, andando nella direzione di una convergenza di trattamento fiscale tra sigarette tradizionali e prodotti innovativi, non soltanto eliminando l’attuale trattamento di favore sui prodotti innovativi, ma apparentemente escludendo dalle ipotesi anche l’opzione di un differenziale di tassazione aggiuntivo sulle sigarette, di fatto allineando integralmente prodotti tradizionali e innovativi. Ciò pone tuttavia numerosi interrogativi da parte di chi sostiene il potenziale ruolo dei prodotti innovativi nella transizione verso la riduzione del danno da fumo e, in ultima istanza, della percentuale di fumatori.

REVISIONE DELLE NORME SULLE ACCISE PER IL TABACCO

Nell'ambito del Piano europeo per la lotta contro il cancro (Europe's Beating Cancer Plan), l'Unione europea sta attualmente revisionando alcune norme con l'obiettivo di ridurre il consumo di tabacco e, in particolare, di dissuadere i giovani dal fumare.

Nel febbraio del 2020, la Commissione Europea ha pubblicato, secondo una procedura definita nell'iniziativa "Better Regulation", una valutazione del funzionamento della Direttiva 2011/64/UE. L'obiettivo era quello di esaminare la capacità delle aliquote di accisa attualmente in essere di proteggere la salute pubblica e garantire il corretto funzionamento del mercato interno.

L'esito della valutazione era stato positivo rispetto all'obiettivo di prevedibilità e stabilità delle entrate fiscali degli Stati membri; non altrettanto rispetto all'obiettivo di dissuadere il consumo dei prodotti a base di tabacco.

L'aumento delle aliquote minime dell'UE per le sigarette e il tabacco trinciato a taglio fino, come stabilito dalla Direttiva, ha avuto un impatto solo in quegli Stati membri che avevano livelli di tassazione molto bassi.

L'elevato numero di fumatori nell'UE continua a destare preoccupazione: il 26% dell'intera popolazione adulta dell'UE e il 29% dei giovani europei di età compresa tra i 15 e i 24 anni fumano.

Inoltre, il divario di prezzo tra gli Stati membri - il prezzo medio di un pacchetto di sigarette può variare da 2,57 a 11,37 euro - rappresenta un incentivo economico sufficiente per gli elevati livelli di acquisti transfrontalieri.

La valutazione evidenziava inoltre come l'affermarsi sul mercato dei prodotti innovativi, come le sigarette elettroniche e i Prodotti del Tabacco riscaldati rivelasse i limiti dell'attuale quadro normativo.

Nelle sue conclusioni del 2 giugno 2020, il Consiglio raccomandava di adottare un approccio globale alla revisione delle norme dell'UE, che oltre a rispondere agli obiettivi fiscali, affrontasse la salute pubblica, il commercio illecito e le preoccupazioni ambientali.

Nel programma di lavoro per il 2021 presentato dalla Commissione, era inclusa la revisione della Direttiva 2011/64/UE per cui era prevista la presentazione di una proposta nel 2023.

L'8 gennaio 2021 la Commissione Europea ha pubblicato una valutazione d'impatto preliminare sulla Direttiva fiscale con l'obiettivo di presentare il proprio punto di vista sulla revisione e invitare gli stakeholder a portare il proprio contributo. Il documento riportava la perdita di efficacia delle aliquote minime stabilite dalla Direttiva a seguito delle scelte individuali di molti degli Stati membri di applicarne di più elevate a livello nazionale. Inoltre, la non applicabilità della Direttiva a diverse categorie di prodotti innovativi ne limitava la capacità di incidere. In aggiunta, la Commissione osservava come l'eterogeneità delle scelte fiscali dei diversi paesi favorisse gli acquisti transfrontalieri.

Sulla base di questa valutazione preliminare, la Commissione indicava i tre ambiti sui quali intervenire:

- aliquote minime di accisa;
- armonizzazione della tassazione dei prodotti innovativi (sigarette elettroniche, prodotti del tabacco riscaldato, prodotti orali moderni);
- lotta alle frodi.

PRIME PROPOSTE DI MODIFICA DELLA DIRETTIVA FISCALE

Nel momento in cui questo rapporto è stato preparato, la Commissione Europea non ha ancora presentato la sua proposta di revisione. Secondo le prime indiscrezioni, il testo prevederebbe un sensibile incremento delle accise minime negli Stati sulle sigarette e l'introduzione della prima imposta sul vaping a livello europeo.

Le modifiche alla legislazione, che fanno parte di una spinta di Bruxelles a ridurre la percentuale di fumatori, aumenterebbero in modo importante l'accisa minima dell'UE sulle sigarette con un impatto significativo sui consumatori e sugli operatori economici di alcuni paesi dell'Europa orientale che registrano un contenuto prezzo medio per pacchetto. L'aumento delle accise dovrebbe impattare anche Paesi come l'Austria e Lussemburgo che registrano prezzi bassi rispetto al reddito medio della popolazione.

Un'altra novità sarebbe la tassazione dei prodotti innovativi del tabacco, come sigarette elettroniche e prodotti a tabacco riscaldato, in linea con le sigarette. Tale proposta andrebbe nella direzione di supportare gli sforzi delle autorità di salute pubblica per ridurre il consumo di tabacco, in considerazione della diffusa diffidenza da parte dei responsabili politici di tutto il mondo verso la popolarità dei prodotti innovativi tra i giovani. Si ritiene infatti che la situazione attuale, con l'assenza di un quadro di accise a livello europeo avrebbe "indebolito gli sforzi di controllo della diffusione dei prodotti del tabacco" in tutta l'area.

Tra le ipotesi circolate c'è anche quella di un'accisa per i prodotti a tabacco riscaldato e di una tassazione differenziata per le sigarette elettroniche in base alla concentrazione più o meno elevata di nicotina nei liquidi da inalazione.

La revisione della Direttiva si pone nel complesso l'obiettivo di accelerare la spinta dell'UE verso una "generazione senza tabacco" entro il 2040. Nell'ambito del piano dell'UE per la lotta contro il cancro (EBCP), i funzionari della sanità hanno dichiarato di voler portare il consumo di tabacco tra i cittadini dell'UE dall'attuale livello di circa il 25% al 20% nel 2025 e al di sotto del 5% entro il 2040.

Rispetto a queste prime ipotesi, alcune associazioni europee come l'Associazione europea del tabacco da fumo e l'Independent European Vape Alliance, hanno sollevato delle perplessità relative al rischio di crescita della frazione di illecito a seguito una crescita improvvisa e rilevante della tassazione.

La proposta dovrà attraversare un lungo processo legislativo ed essere approvata da tutti gli Stati membri dell'UE prima di essere inserita nella legislazione.

LA DIRETTIVA SUI PRODOTTI DEL TABACCO

La Direttiva UE 40/2014 (Tobacco Products Directive, TPD), entrata in vigore il 19 maggio 2014, è stata recepita in Italia con il Decreto Legislativo n.6 del 12 gennaio 2016 e fissa le norme relative alla lavorazione, presentazione e vendita dei prodotti del tabacco.

Durante il periodo 2016-2021, la TPD è stata recepita nella legislazione degli Stati membri dell'UE e attuata con l'obiettivo di ridurre il consumo di tabacco del 2% - obiettivo solo apparentemente modesto, se si pensa agli effetti che le politiche di controllo del tabacco hanno, a lungo termine, a causa del loro impatto sui giovani.

In questo lasso di tempo, le politiche di controllo del tabacco delineate dalla TPD sono state gradualmente attuate nei 27 Stati membri dell'UE, supportate da azioni politiche centrali, progetti europei (come l'azione comune sul controllo del tabacco) e dagli sforzi delle autorità di regolamentazione degli Stati membri della UE.

La Direttiva mira, quindi, a migliorare il funzionamento del mercato interno del tabacco e dei prodotti correlati regolamentando la loro vendita e distribuzione, garantendo al contempo un elevato livello di protezione della salute dei cittadini europei.

La norma si applica alla fabbricazione, alla presentazione e alla vendita dei prodotti del tabacco, tra cui sigarette, tabacco trinciato (Roll-Your-Own, RYO), tabacco da pipa, sigari, sigaretti, tabacco non da fumo (ad esempio, prodotti orali, tabacco da fiuto - Snus), sigarette elettroniche e prodotti a base di erbe.

In sintesi, le politiche della Direttiva sui prodotti del tabacco sono: la regolamentazione dei prodotti del tabacco sul mercato dell'UE (ad esempio, imballaggio, etichettatura e ingredienti), le restrizioni pubblicitarie per i Prodotti del Tabacco, la creazione di ambienti liberi dal fumo, le misure fiscali e le attività contro il commercio illegale, nonché l'acquisizione di campagne antifumo.

Possiamo affermare quindi che la TPD ha posto le basi per l'attuazione di politiche di controllo del tabacco più rigorose. Nello specifico:

- ha aumentato, per i consumatori e le autorità di regolamentazione, le informazioni sugli additivi dei prodotti del tabacco;
- ha vietato gli aromi caratterizzanti;
- ha regolamentato le sigarette elettroniche;
- ha implementato avvertenze grafiche;
- ha posto le basi per l'implementazione di imballaggi semplici in alcuni paesi europei.

Altrettanto importante è il fatto che la TPD ha facilitato l'adozione di misure armonizzate di controllo del tabacco in tutti i paesi dell'UE.

Per perseguire tali obiettivi l'Unione Europea e i suoi Stati membri hanno adottato diverse misure di controllo del tabacco sotto forma di leggi, raccomandazioni e campagne di informazione. In particolare:

- i produttori e gli importatori hanno l'obbligo di presentare alle autorità competenti degli Stati membri relazioni dettagliate sugli ingredienti utilizzati nei Prodotti del Tabacco. Gli Stati membri sono tenuti a garantire che il tabacco e i prodotti correlati siano conformi a quanto previsto dalla Direttiva, in caso contrario le autorità competenti sono autorizzate a intraprendere le azioni appropriate per impedirne l'ingresso sul mercato. La TPD ha attribuito agli Stati membri la responsabilità di formulare e applicare sanzioni adeguate a fronte della violazione delle disposizioni nazionali e comunitarie;
- le confezioni di sigarette e di tabacco trinciato (RYO) devono riportare le avvertenze sanitarie (immagini e scritte) sul 65% della superficie su entrambe le facciate;
- tutte le attività promozionali o ingannevoli sui Prodotti del Tabacco vengono vietate;
- i produttori e i distributori devono garantire la tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti in tutto il territorio dell'UE per prevenire il commercio illegale;
- i produttori hanno l'obbligo di verificare la sicurezza e qualità per i consumatori delle sigarette elettroniche prima di immetterle sul mercato dell'UE.

REVISIONE DELLA DIRETTIVA SUI PRODOTTI DEL TABACCO

Nel maggio 2021 la Commissione Europea ha pubblicato il relativo Application Report, esprimendo soddisfazione per il funzionamento delle norme ivi contenute, ma sostenendo la necessità di valutare nuovi cambiamenti.

Il 3 novembre 2022, la Commissione Europea ha pubblicato in Gazzetta Ufficiale una Direttiva Delegata, direttamente applicabile nei Paesi membri, che di fatto modifica parte della Direttiva sui Prodotti del Tabacco del 2014.

La Direttiva dello scorso novembre estende ai prodotti a tabacco riscaldato il divieto di aromi caratterizzanti e le norme sull'etichettatura che attualmente vigono sulle sigarette. In particolare:

- gli **aromi caratterizzanti**, come il mentolo, vengono vietati anche per i prodotti del tabacco riscaldato, che quindi vengono equiparati a tutti gli effetti alle sigarette e al tabacco da arrotolare.

La nuova Direttiva è stata notificata al Parlamento Europeo e al Consiglio d'Europa e pubblicata in Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea lo scorso 3 novembre 2022. Gli Stati membri sono chiamati ora a recepire la Direttiva nei propri ordinamenti entro il 23 luglio 2023 e ad applicare le disposizioni entro il 23 ottobre 2023.

LA CONFERENZA DELLE PARTI DELLA CONVENZIONE QUADRO SUL CONTROLLO DEL TABACCO

In aggiunta alla regolamentazione europea del settore dei prodotti da fumo e da inalazione, che deve essere recepita e applicata nel nostro paese, vi sono anche altre istituzioni sovranazionali le cui decisioni hanno un impatto sul settore. Tra queste, un ruolo di primo piano è svolto dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) i cui pronunciamenti pur non vincolanti nella forma di fatto informano e condizionano le decisioni della quasi totalità dei governi.

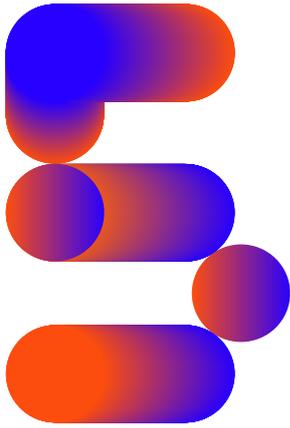
La Convenzione quadro per il controllo del tabacco (Framework Convention on Tobacco Control, FCTC) dell'OMS è un trattato internazionale firmato da 180 Paesi ed entrato in vigore nel 2005 con l'obiettivo di monitorare "produzione, importazione, coltivazione, distribuzione, tassazione, presentazione, commercializzazione e uso dei prodotti del tabacco, nonché la loro esportazione e inclusione nei trattati di libero scambio e le conseguenti responsabilità dell'industria" ai fini della tutela della salute pubblica.

La Conferenza delle Parti (COP) organo istituito all'interno della FCTC, riunisce ogni due anni i Paesi che hanno ratificato la Convenzione Quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, con la presenza dei rispettivi Ministeri per la Salute. Alla Convenzione, l'Unione Europea presenta una posizione comune, espressione del lavoro preparatorio predisposto dalla Commissione Europea (DG SANTE) e dal Consiglio (Ministri della Salute).

L'agenda provvisoria della COP9, tenutasi a Ginevra a novembre 2021, rinviava - a seguito della scelta di tenere l'incontro in modalità virtuale nel rispetto delle restrizioni dovute al contrasto della pandemia da COVID-19 - alla successiva sessione della convenzione (COP10 del 2023) la discussione delle relazioni sui prodotti emergenti a base di nicotina - comprese le sigarette elettroniche. La scelta è stata quella di mettere a disposizione delle parti le relazioni preparate dall'OMS ("Comprehensive report on research and evidence on novel and emerging tobacco products", contenuto nel documento FCTC/COP/9/9) e dal Segretariato della Convenzione ("Challenges posed by and classification of novel and emerging tobacco products", contenuto nel documento FCTC/COP/9/10) senza tuttavia aprire un dibattito sul tema.

Il rinvio è stato oggetto di critiche vista la crescente rilevanza dei prodotti innovativi in termini di quote di mercato e la disponibilità di evidenze scientifiche a supporto di una potenziale riduzione del rischio associato a questi prodotti.

La prossima sessione della Conferenza delle Parti (COP10) si terrà a Panama dal 20 al 25 novembre 2023.



**Sfide, criticità,
raccomandazioni
e linee di indirizzo
per la competitività del settore
della distribuzione dei prodotti
da fumo e inalazione**



Capitolo 5: Sfide, criticità, raccomandazioni e linee di indirizzo per la competitività del settore della distribuzione dei prodotti da fumo e inalazione

Quello che abbiamo descritto nei quattro precedenti capitoli di questo rapporto è un ambito di attività estremamente dinamico ed innovativo, soggetto all'azione di forze di cambiamento di straordinaria intensità, al centro di una rete complessa di interazioni e processi di trasformazione. Mai come in questi anni, nella pubblica percezione, si è diffusa la precisa consapevolezza dell'**importanza della logistica e della distribuzione** come elementi centrali di ecosistemi e filiere produttive, nonché fattori di sostegno alla crescita economica e alla promozione sociale dei territori.

Nello specifico caso dei tabacchi lavorati, il sistema distributivo si inserisce all'interno di un quadro regolamentare e di filiere produttive molto strutturate, che hanno saputo promuovere non solo elevati livelli di performance economica ma anche garantire il funzionamento di un articolato sistema di attività volte a **tutelare il pubblico interesse**, alla luce delle specificità dei prodotti trattati.

Contrasto al contrabbando, tutela dei minori, raccolta di gettito per l'erario sono esempi di questa particolare attenzione richiesta dal legislatore e garantita da tutti gli attori dell'ecosistema, dai produttori alle tabaccherie.

Pur avendo necessariamente una posizione neutra su questo fronte, la distribuzione dei tabacchi lavorati in Italia ha inoltre trovato negli attori economici che presidiano questa funzione la flessibilità necessaria a adattarsi ai cambiamenti epocali che il mondo del tabacco sta vivendo, grazie alla proposta di prodotti innovativi potenzialmente a minor rischio e a maggior complessità.

Come ampiamente dettagliato all'interno dei Capitoli 2 e 3, sono oggi - in particolare - le **transizioni gemelle** (digitale e ambientale) a costituire motivo di sfida per il comparto. Anche qui, va riconosciuto, il mondo del tabacco ha percorso i tempi e, d'accordo con il legislatore italiano ed europeo, con il supporto dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, ha realizzato ingenti investimenti per strutturare piattaforme digitali e mettere a punto strumenti volti a garantire la tracciabilità del prodotto a livelli di estrema granularità, favorendo la diffusione di una cultura profonda del cambiamento e dell'innovazione a tutti i livelli.

I risultati della collaborazione tra produzione, logistica distributiva, distribuzione al dettaglio - sotto la regia della pubblica amministrazione - sono stati straordinari e il settore italiano dei tabacchi lavorati può a tutti gli effetti essere considerata una **best practice internazionale**.

Guardando avanti e riflettendo sui principali punti di attenzione sia per il decisore pubblico che per gli attori della distribuzione, conviene evidenziare alcuni specifici aspetti:

- il settore della distribuzione dei prodotti del tabacco, come più volte sottolineato, non richiede scelte di cambiamento radicale. È la profonda integrazione tra i player dell'ecosistema a garantire legalità e presidio puntuale dei fattori di legittimità operativa. Si tratta dunque di disegnare percorsi di **innovazione incrementale**, poiché ogni scelta nella direzione della discontinuità, al contrario, rischia di introdurre possibili disruption con impatti sulla sostenibilità complessiva;
- anche per questo, ogni eventuale riforma andrebbe affrontata in **modo organico**, valorizzando gli elementi di tenuta del sistema e tenendo conto, con realismo, di quanto accade ai confini del Paese, dove la difformità delle regole può creare opportunità di arbitraggio o di violazione delle norme. Questo vale, in particolare:
 - per la contraffazione e il contrabbando, fenomeni sempre vitali anche alla luce dell'aggiornamento costante dei relativi assetti e modalità d'azione, la cui evoluzione va quindi verificata nel continuo anche alla luce degli impatti negativi dei fenomeni stessi per le entrate erariali, la salute dei consumatori nonché in termini sociali e di sicurezza. Occorre essere consapevoli che solo attraverso la stretta integrazione tra gli attori della filiera e la corretta gestione del prodotto viene oggi garantita la piena tracciabilità del sistema, con livelli di granularità non riscontrabili in nessun altro settore. Di questo, le scelte di regolamentazione, nazionali ed europee, devono tenere conto, per non mettere a rischio la solidità del sistema;
 - per affrontare la problematica del mercato libero dei prodotti a base della cosiddetta cannabis light, canapa della varietà denominata *Cannabis sativa* caratterizzata da un contenuto dichiarato di principio attivo THC senza effetti psicotropi. Si tratta di prodotti che, al di là della destinazione dichiarata (la quale riporta tipicamente le diciture "per uso tecnico" o "per uso industriale" ed esclude nella maggior parte dei casi il consumo diretto), risultano utilizzabili per finalità da fumo e da inalazione. La commercializzazione di tali prodotti dal 2016 ad oggi ha condotto alla creazione di un mercato sostanzialmente libero che si è distinto per la rapida crescita, come evidenziato dal rilevante numero di negozi specializzati fisici e online - inclusi servizi di consegna a domicilio - nati negli ultimi anni così come dalla forte affermazione mediatica degli operatori di settore, concretizzatasi finanche nella sponsorizzazione di squadre sportive di alto profilo. Alla luce dell'attenzione suscitata dal fenomeno, come dimostrato anche da diverse recenti proposte di interventi legislativi in materia, lo stesso è da tempo monitorato dalle istituzioni e, se si dovessero

fare passi nella direzione di una regolazione più stringente nel prossimo futuro, non si può immaginare di far transitare i prodotti al di fuori dei canali già consolidati, capaci di garantire gli stessi standard di sicurezza raggiunti nella distribuzione del tabacco lavorato. Sarebbe anzi auspicabile l'introduzione di limitazioni all'accesso, per i minori e per la tutela della salute ancora più stringenti di quelle previste per i prodotti da fumo e da inalazione quali il divieto di vendita nelle vicinanze di luoghi sensibili (ad esempio le scuole e gli ospedali) e tramite distributori automatici;

- vi è poi il tema delle **transizioni gemelle**, cui abbiamo già accennato. È un cambiamento auspicato da tutti che non trova però la disponibilità del consumatore ad assumersi il costo della trasformazione, malgrado gli investimenti estremamente significativi richiesti in strumenti, flotte e competenze, che implicano il ridisegno di interi flussi gestionali. Le forme attraverso le quali lo Stato e gli enti locali (basti pensare al tema dell'ultimo miglio) possono rendersi garanti della qualità della transizione sono molteplici e il PNRR costituisce un ottimo esempio di quest'attenzione. L'auspicio è che la politica continui a tenere alto il livello di attenzione su questo capitolo, per favorire processi di cambiamento rapidi e incisivi.

Si tratta dunque di monitorare l'**evoluzione delle tendenze** più importanti, nella convinzione che le basi sulle quali costruire siano eccellenti. Allo stesso tempo, bisogna mantenere alta l'attenzione, nella consapevolezza che i tempi che viviamo ci proporranno **nuove discontinuità e continue accelerazioni**.

logista.com

Seguici su

