



**CCI FRANCE ITALIE
CAMERA DI COMMERCIO**

dal 1885

Oltre le barriere dell'ultimo miglio: la sfida digitale che decide il futuro dell'e-commerce

16 giugno 2026



I recenti appuntamenti di settore che hanno visto protagonista TDI tra l'Italia, la Francia e la Spagna, lasciano in eredità una fotografia nitida dello scenario attuale: le vendite online continuano a registrare tassi di crescita straordinari, ma la catena distributiva fatica a tenere lo stesso passo. Per i brand, il vero terreno di scontro competitivo si è spostato stabilmente sulla gestione dei flussi e dei trasporti.

Al rientro da questo intenso ciclo di eventi, **Matteo Moretto, Country Manager Italia di TDI**, condivide una riflessione sullo stato dell'arte e sulle **reali necessità delle aziende**.

"Se c'è un'evidenza emersa chiaramente tra i padiglioni, è che la logistica non è più un semplice 'nodo irrisolto', ma il vero banco di prova per chi vuole restare sul mercato. Durante i molteplici incontri, ho ascoltato decine di storie diverse, ma con un unico comune denominatore: la mancanza di visibilità. Molte aziende, dalle PMI ai grandi player, faticano ancora a rispondere alla domanda più semplice del cliente: dov'è il mio pacco? Il tracking resta una ferita aperta, un servizio che spesso si interrompe proprio quando l'utente ne ha più bisogno e la customer experience, inevitabilmente crolla".

Il paradosso degli investimenti digitali e l'ostacolo dei costi di integrazione

Troppo spesso si assiste a un controsenso strategico: le imprese stanziavano **budget imponenti** per ottimizzare l'interfaccia utente (UX), il posizionamento del brand e le campagne di marketing per massimizzare la conversione, per poi rischiare di vanificare tutto nelle ultime ventiquattr'ore, quelle in cui il prodotto viaggia verso la destinazione finale.

Il freno principale a una reale efficienza è quasi sempre di natura tecnologica. **Integrare sistemi complessi come ERP, WMS** e piattaforme e-commerce con i sistemi dei singoli vettori comporta barriere all'ingresso notevoli, con costi di sviluppo che possono aggirarsi intorno ai 15.000 euro. Un investimento economico e di tempo che rischia di bloccare la crescita delle aziende.

CONTINUA A LEGGERE