

## TDI: la logistica è il “momento della verità” dell’e-commerce italiano

Matteo Moretto, Country Manager Italia di TDI, torna a casa dal Netcomm Forum 2026 con una consapevolezza netta: l’e-commerce in Italia non smette di correre, ma la logistica sta ancora cercando di riprendere fiato.

“Se c’è un’evidenza emersa chiaramente tra i padiglioni – ha detto – è che la logistica non è più un semplice “nodo irrisolto”, ma il vero banco di prova per chi vuole restare sul mercato. Allo stand 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 crolla”.

Il paradosso italiano secondo il manager è sotto gli occhi di tutti, si investono budget enormi in marketing, UX e tassi di conversione, per poi rischiare di perdere il cliente nell’ultimo miglio. È un controsenso strategico. L’ostacolo principale? Una barriera tecnologica ancora troppo alta che vede realtà frenate da costi d’integrazione che toccano i 15.000 euro solo per far dialogare i sistemi (ERP, WMS) con i corrieri.

“In TDI lavoriamo proprio per abbattere queste barriere. Il Netcomm 2026 ci dice che la digitalizzazione della logistica non è più un’opzione, né un lusso per pochi: è la condizione minima per competere. Se il cliente vive l’ultimo miglio della sua customer journey come l’esperienza più diretta con il brand, allora la tecnologia che lo governa deve essere invisibile, fluida e, soprattutto, accessibile. Il tempo dei silos informativi è finito, i dati devono essere condivisi e accessibili a tutta l’organizzazione”, ha concluso Moretto.



Matteo Moretto  
Country Manager  
Italia di TDI