

Primo semestre 2026

NE PARLA
**MATTEO
MORETTO**
Country Manager TDI



Crescita e Governance: il bilancio strategico del primo semestre 2026 di TDI Italia



Il mercato della logistica e dell'e-commerce in Italia sta vivendo una profonda trasformazione culturale: l'efficienza non si misura più soltanto sulla base della tariffa più bassa (errore che spesso porta a veri e propri fallimenti aziendali), ma sulla capacità di governare il dato. Lo dimostrano chiaramente i risultati del **primo semestre 2026 di TDI Italia**, che registrano un incremento a doppia cifra sia nel numero di nuovi clienti acquisiti sia nel fatturato globale, rispettando con precisione chirurgica il piano di crescita strategico tracciato alla fine del 2025.

Questa performance non è un traguardo isolato, ma il riflesso di una forte presa di coscienza da parte del mercato per le aziende manifatturiere, il Fashion, il Pharma e i principali player dell'e-commerce, la digitalizzazione dei trasporti è ormai diventata la condizione minima per competere.

L'era della visibilità e dei KPI indipendenti

A guidare questa accelerazione è la necessità, espressa sia dalle grandi organizzazioni di distribuzione sia dalle piattaforme digitali, di implementare un sistema di governance dei trasporti evoluto. Le aziende che gestiscono volumi importanti e che si trovano a coordinare **più di quattro vettori contemporaneamente** hanno compreso che ottimizzare i costi non basta più; serve il controllo totale della filiera.

Nello specifico, il mercato ha premiato TDI per tre elementi differenzianti:

- **Ottimizzazione dei costi di trasporto:** la centralizzazione dei flussi multi-vettore e l'automazione delle scelte tariffarie permettono di eliminare gli sprechi operativi.
- **Visibilità costante:** il monitoraggio in tempo reale di ogni singola spedizione in corso.
- **Proattività verso l'utente finale:** la capacità di anticipare le anomalie e comunicarle prima che si trasformino in un disservizio per il cliente.
- **KPI affidabili e indipendenti:** l'accesso a metriche oggettive per valutare le reali performance dei corrieri, mantenendo gli standard di servizio ai massimi livelli.

"I dati di questa prima metà del 2026 confermano che il mercato italiano ha superato il vecchio paradigma della ricerca del corriere più veloce o economico. Oggi i manager esigono visibilità, controllo e dati neutrali per prendere decisioni strategiche. In TDI non hanno trovato un semplice fornitore di software, ma un partner internazionale capace di integrarsi nelle architetture logistiche più complesse, offrendo un'infrastruttura solida con un tasso di disponibilità del 99,9% e un supporto tecnico attivo 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e particolare importantissimo, un risparmio sui costi di trasporto che può raggiungere il 20%". Commenta Matteo Moretto, Country Manager Italia di TDI.

Il fattore MyTower: un'accelerazione End-to-End

A consolidare la proposta di valore di TDI in questo semestre è stato anche l'ingresso strategico in MyTower, insieme a Winddle et Belharra e-SCM. Questa sinergia internazionale permette oggi ai clienti italiani di beneficiare di una struttura ancora più performante e di una suite di soluzioni in grado di gestire i trasporti in modalità *end-to-end*, dalla produzione e collaborazione con i fornitori fino all'ultimo miglio.

Il secondo semestre e la prova dei picchi stagionali

Le previsioni per la seconda parte dell'anno delineano un'ulteriore accelerazione della domanda. Con la chiusura della stagione dei saldi estivi e la successiva preparazione ai picchi autunnali del Black Friday, la tenuta dei sistemi logistici sarà messa a dura prova.

La rotta per i prossimi mesi è tracciata, evidenziando come la digitalizzazione sia un processo ormai irreversibile.

"Ci aspettiamo un'ulteriore presa di consapevolezza da parte delle imprese. I periodi di picco stagionale che ci attendono faranno emergere con ancora più forza il divario tra chi gestisce i trasporti in modo tradizionale e chi ha digitalizzato i flussi. La trasformazione digitale non si ferma: dopo i prossimi saldi, molte aziende toccheranno con mano la necessità di avere sistemi resilienti e proattivi per non perdere il controllo del proprio business nei momenti di massima pressione. Il nostro obiettivo per il secondo semestre è continuare a essere al loro fianco, trasformando la complessità logistica in un vantaggio competitivo misurabile". Conclude Matteo Moretto, Country Manager Italia di TDI.