151 a. 2020

Verona, 6 novembre 2020

**Comunicato stampa**

**E-commerce e resi. Zero costi per i clienti, ma grande sforzo per la logistica**

Pubblicata una ricerca dell’ateneo di Verona che mostra i meccanismi interni della logistica dei resi

**L’avvento dell’e-commerce ha aumentato il numero di prodotti resi dai clienti creando non pochi problemi alle attività operative e logistiche dei retailer e del produttore. Questa problematica è stata presa in analisi dalla ricerca intitolata “Managing outsourced reverse supply chain operations: Middle‐range theory development” condotta da Ivan Russo, docente di Economia e gestione delle imprese all’università di Verona, insieme a Daniel Pellathy, della Grand Valley State University, e Ayman Omar, della American University di Washington. Lo studio è stato pubblicato sul Journal of Supply Chain Management, una delle prime riviste nell'ambito della logistica e gestione della supply chain al mondo.**

La ricerca ha coinvolto 8 imprese in ambito di elettronica e elettrodomestici e dei servizi logistici contro terzi negli Stati Uniti e in Europa. I ricercatori hanno svolto 25 interviste con i senior managers di queste aziende in modo da spiegare nel dettaglio i meccanismi, i contesti operativi e strategici all’interno dei quali differenti approcci alla terziarizzazione nella gestione dei resi possono portare risultati differenti e quando tali partnership sono destinate a non funzionare.

“**Gestire i prodotti resi dai clienti è diventata una voce di costo molto rilevante per le imprese che può superare il 10% rispetto alle vendite**”, spiega **Russo**, “ma allo stesso modo è un elemento determinante per la soddisfazione dei clienti che acquistano nei punti vendita e nei canali on line. Per questo motivo, molte imprese stanno cercando nuove soluzioni per gestire questo aumento dei resi, cresciuto del 30% da un anno all’altro”.

Tipicamente i costi collegati al recupero e gestione dei resi sono quelli collegati alla reverse logistics, quelli per la rimessa a nuovo dell’imballaggio e del packaging, poi tutte le attività di ricezione e di controllo qualità del reso, , il relativo stoccaggio in magazzino e tutte le pratiche amministrative connesse; non va, infine, dimenticato l’impatto sull’ambiente del trasporto dei resi stessi a seguito di una mancata vendita, una attività extra non prevista.

“**Solitamente per i clienti il reso è gratuito ma per i retailer e le imprese manifatturiere la relativa gestione della logistica di ritorno risulta unitariamente tre volte più costosa della logistica distributiva**”, prosegue Russo. “Quali soluzioni? La terziarizzazione delle attività operative legate ai resi è una di queste”.

Tuttavia, spesso, la terziarizzazione non funziona e non raggiunge gli obiettivi di miglioramento del processo in termini di efficienza e recupero di produttività che ci si attende.

“La nostra ricerca, svolta presso primarie imprese americane ed europee, ha evidenziato alcune soluzioni percorribili”, prosegue **Russo**. “Un primo elemento fondamentale è stato comprendere rispetto alla decisione strategica di terziarizzare quale fosse **la propensione e la volontà dell’impresa manifatturiera di cedere effettivamente il controllo** delle attività operative di gestione del reso all’operatore logistico. Il secondo elemento, invece, è stato verificare quale fossero gli obiettivi che la partnership produttore-operatore logistico si proponesse di raggiungere”.

In particolare, il gruppo di imprese meno propense a cedere il controllo attendeva dalla partnership il raggiungimento di obiettivi di efficienza, riduzione dei costi e ottimizzazione della reverse logistics. Mentre, le imprese che sono più propense a cedere il controllo delle attività lo fanno perché ritengono strategica la gestione del reso e concorrono a raggiungere obiettivi di innovazione che si declinano in riduzione della complessità operatività, velocità e reattività nella gestione, nonché comprensione delle opportunità di miglioramento del livello di servizio al cliente. “In sintesi, chi è meno disposto a cedere il controllo si aspetta di raggiungere obiettivi di efficienza”, concludono gli autori, “chi cede il controllo è più disposto ad attivare una forte collaborazione caratterizzata da un livello di fiducia rilevante nelle attività innovative dell’operatore logistico. Un ruolo importante in tal senso deriva dal contesto competitivo e regolamentare delle due aree studiate dove operano le imprese che sono elementi contestuali che orientano le scelte degli obiettivi da raggiungere”.

**Area Comunicazione - Ufficio Stampa e Comunicazione istituzionale**

Telefono: 045.8028015 - 8717

M. 335 1593262

Email: ufficio.stampa@ateneo.univr.it