

COSE DA MARKETING - DALLA NEWSLETTER MARKETING OGGI

Lidl guarda al futuro e testa in Germania il camion elettrico senza conducente

DI SABINA RODI

Lil trasporto con veicoli senza conducente è il nuovo terreno di sfida dei colossi europei della grande distribuzione organizzata. Lidl ha annunciato nei giorni scorsi che in Germania, a Edermünde, in Assia, vicino a Kassel, testerà su strada un camion elettrico, senza fili, con guida autonoma in aree definite per le consegne ai negozi.

È la prima catena di supermercati che si cimenta con questa modalità di movimentazione delle merci. Il progetto di Lidl in Germania nasce in collaborazione con l'azienda tecnologica svedese Einride. Il veicolo, conforme agli standard SAE Livello 4 e omologato dall'Autorità federale tedesca per i trasporti automobilistici (KBA), sposta le merci dal centro di gestione e distribuzione locale di Edermünde direttamente a un vicino punto vendita Lidl. Con questa iniziativa il colosso della gdo introduce una tecnologia all'avanguardia nelle operazioni quotidiane dei suoi supermercati tedeschi. Il camion elettrico a guida autonoma gestisce volumi di trasporto reali: il veicolo, dotato di 15 posti per europallet, effettua fino a tre viaggi al giorno, comprendendo interamente le consegne di merci secche (beni solidi, non liquidi o refrigerati) su questo breve percorso e trasportando oltre 3.000 pallet durante i quattro mesi di durata del test. "Grazie al suo approccio tecnologico", spiega Lidl, "il progetto affronta in modo specifico i fattori chia-

ve che contribuiscono alle attuali strozzature e sfide logistiche, dalle catene di approvvigionamento altamente complesse alla carenza di autisti qualificati. Inoltre, con questo progetto innovativo, Lidl crea fin da subito le condizioni per integrare le tecnologie del futuro nei processi logistici operativi e contribuire attivamente a plasmare il futuro della logistica".

Dopo la validazione positiva di questo percorso iniziale, la seconda fase prevede l'espansione graduale in un modello "milk run", il veicolo cioè segue un itinerario prefissato a orari stabiliti, con più fermate in un'altra sede. Il partner Einride, del resto, effettua già consegne autonome con volumi reali e tempi programmati per clienti negli Stati Uniti e in Europa. La Germania è uno dei mercati chiave in cui vuole crescere.

Se è vero che il progetto nasce da esigenze organizzative, il fatto che Lidl test i veicoli a guida autonoma ha, inevitabilmente, un impatto sul posizionamento del brand. Non si tratta solo di logistica, ma anche di una efficace strategia di marketing reputazionale all'insegna dell'innovazione. Puntare sull'avanguardia tecnologica, oltre ai vantaggi competitivi che ne derivano, consente di modificare la percezione del marchio da classico supermercato che punta sui prezzi più convenienti a catena moderna ed efficiente orientata al futuro.

Anticipare i concorrenti diretti con progetti pilota con la tech-logistic, quindi, posiziona Lidl come un pioniere e punto di riferimento del settore. E i veicoli elettrici permettono all'azienda di raccontare meglio il proprio impegno concre-

to per la riduzione degli inquinanti nell'aria. Del resto la logistica nel campo della grande distribuzione alimentare, come sottolinea l'azienda, è complessa e impone elevate esigenze alle aziende a causa delle frequenze e dei volumi estremamente elevati. Con 39 centri amministrativi e di distribuzione e oltre 3.250 punti vendita, l'insegna in Germania offre una rete capillare e standardizzata, che rappresenta il contesto ideale per testare queste formule innovative.

I mezzi elettrici a guida autonoma, peraltro, come abbiamo già raccontato su *MarketingOggi*, sono in fase di sperimentazione in altri Paesi Ue, anche per il servizio di consegna a domicilio della spesa nei piccoli centri, su una scala più ridotta.

La gdo europea si conferma, quindi, una grande fucina di innovazione. L'unico freno ai possibili sviluppi di queste iniziative è rappresentato dagli enti regolatori e dalle normative dei vari Stati che difficilmente riescono a tenere il passo con le continue novità tecnologiche, anche in tema di mobilità. Ma questo, si sa, è il prezzo che devono pagare i pionieri in ogni settore.

© Riproduzione riservata





Uno dei camion a guida autonoma utilizzati da Lidl