

LAZIALE DISTRIBUZIONE COMPIE TRENT'ANNI

Investimenti in formazione, strutture e ICT sono le chiavi del successo del 3PL, che ora ha anche una nuova sede a Santa Palomba (Roma).

di Tiziano Marelli

Proprio quest'anno ricorre il trentesimo anniversario dalla fondazione del gruppo Logistico Laziale, importante realtà imprenditoriale del settore nata nel 1979 grazie all'attivismo di Giuseppe Bursese, che ne è ancor oggi l'amministratore delegato, nonché il continuo animatore e innovatore. Fondata per offrire alle aziende servizi di spedizione evoluti, la società - che vanta un fatturato 2008 di circa 50 milioni di euro e che conta circa 350 dipendenti - ha consolidato negli anni il proprio posizionamento sul mercato logistico-distributivo,

grazie alla continua differenziazione dell'offerta, all'ampliamento del raggio d'azione in campo europeo ed internazionale e anche grazie alla poli-

Il polo inedito, di quasi 100 mila mq, si trova a soli dieci chilometri dal Grande Raccordo Anulare

tica di decisi investimenti in strutture, formazione e informatizzazione.

Da settembre 2008 il gruppo - che dispone di 15 piattaforme, patrimonio di sei società consociate (Laziale Distribuzione, Interlaziale, Laziale Express, LogDi e InLog) ha

spostato le sue attività (pur continuando a contare su alcune filiali decentrate sul territorio nazionale) da Pomezia a Santa Palomba, restando a ridosso della capitale (raggiungibile a circa quindici chilometri verso nord, sulla via Ardeatina) ma ora ancora maggiormente in linea con i bisogni propri di un settore sempre più "esigente", come quello connesso alla logistica e all'autotrasporto. La nuova sede, infatti, è dotata di quasi 100 mila mq di struttura coperta rispetto a un'area complessiva pari a circa 300mila mq; è ubicata a poco più di due chilometri dalla stazione ferroviaria della cittadina laziale e a soli dieci chilometri dal più vicino acces-



so al Grande Raccordo Anulare della capitale, punto dal quale è possibile giungere in pochissimo tempo ad entrambi gli aeroporti romani (Ciampino è a 15 chilometri, Fiumicino a 45), ad ogni ingresso autostradale in partenza o transito da Roma (con particolare favore per gli snodi che portano verso meridione), oltre che il porto di Civitavecchia, snodo portuale vitale del centro Italia che si trova a circa 85 chilometri in direzione nord.

Vera e propria mission si è rivelata, negli anni, proprio la specializzazione raggiunta nel campo strettamente logistico, perseguita con la

creazione per ogni settore di impianti dedicati realizzati con strutture tecniche e informatiche specializzate. Indirizzo aziendale assai preciso,

Per ogni settore merceologico l'operatore ha creato impianti dedicati, con strutture ICT specializzate

questo, che ha permesso al Gruppo Logistico Laziale di rivelarsi molto competitivo in termini di costi e servizi offerti, e alle sue aziende-clienti di poter invece godere della gestione di maggiori volumi ottenendo decise economie di scala, di diminuire le movimentazioni dei prodotti, di ridurre i costi in-

terni di gestione, di migliorare l'efficienza nelle prestazioni, di rispettare il lead time e di poter usufruire dell'offerta di nuovi servizi. La struttura di Santa Palomba, oltre che essere naturalmente dotata di tutte le certificazioni di qualità richieste, è attrezzata con il meglio della tecnologia propria del settore, è coperta da cablatura integrale, dotata di pavimento antipolvere e sofisticati sistemi antincendio, anti-intrusione e televigilanza: tutte caratteristiche che permettono una gestione logistica dei prodotti depositati ad altissimo livello partendo dal ricevimento dei materiali per passare al loro controllo, alla presa in carico e allo stoccaggio fino alla distribuzione verso le differenti piattaforme, ai fon-

CINQUE DOMANDE A GIUSEPPE BURSESE



Giuseppe Bursese, classe '39, una vita dedicata a trasporti e logistica (ma soprattutto a quest'ultima) partita dalla classica gavetta, approdata tre decenni fa all'impresa in proprio e familiare, e arrivata oggi alla notevole realtà di Santa Palomba, un'eccellenza di cui andare indubbiamente fieri.

prenditoriale, nel particolare all'aver capito l'importanza della continua evoluzione e innovazione. E' per questo che noi, fin dalla nostra nascita, abbiamo sempre deciso di reinvestire gli utili e di non fermarci mai. Come si dice? Chi si ferma è perduto, e questo vale anche e soprattutto nel nostro campo. Importantissimo è anche il rapporto con i dipendenti, che noi non smettiamo mai di formare, favorendone la crescita professionale. I risultati che ne derivano qui da noi sono molto evidenti.

Uno sguardo molto attento al futuro quindi, anche rispetto a iniziative innovative come ad esempio il fotovoltaico?

■ Naturalmente. A questo proposito voglio sottolineare che proprio recentemente abbiamo deciso di mettere a disposizione 60mila mq del tetto dei nostri edifici di Santa

Palomba a questa tecnologia; siamo già nella fase di valutazione delle offerte che ci sono state formulate da alcuni gestori. Sempre in questo ambito, vorrei sottolineare che noi diamo molta importanza anche alla raccolta differenziata. Ordine e pulizia comportano anche maggiore efficienza e più risparmio: tutte situazioni che ci trovano molto sensibili.

Modi efficaci anche questi, indubbiamente, di combattere la crisi...

■ Certo, visto che ha naturalmente toccato anche noi. Anche se devo ammettere che il fatto di poter disporre e trattare segmenti differenti di prodotto ci ha permesso, negli ultimi anni, di attutirne in maniera sensibile gli effetti. A questo proposito credo sia stato importante aver puntato molto più sulla logistica (nella misura dell'80% circa del nostro business) piuttosto che sul trasporto: un'altra scelta che definirei senz'altro vincente.

Che cosa vi attende a breve?

■ Anzitutto un deciso ripensamento del nostro parco clienti. Io credo che una selezione in questo senso possa portare ad una migliore gestione del rapporto con chi continueremo a seguire, con conseguenze positive facilmente immaginabili in termini soprattutto di servizi a valore aggiunto.

Qual è la sua opinione rispetto all'associazionismo di categoria?

■ Penso che sia necessario andare nella direzione di una maggiore coesione fra i diversi partner e che si dovrebbe auspicare una maggiore chiarezza, non mediata solo da numeri e statistiche. Non credo nell'associazionismo fine a se stesso e autoreferenziale, ma piuttosto nel confronto e nella critica costruttiva. In questo senso, noi siamo prontissimi a ogni tipo di dialogo: in fondo è la cosa che mi auguro maggiormente.

Quali sono le ragioni del suo successo?

■ Direi che si devono soprattutto a una lungimiranza im-



damentali servizi di help desk e numero verde dedicato.

Le aziende-clienti del gruppo operano in diverse aree merceologiche, con particolare copertura per i settori promozionale (fra i marchi principali sono da annoverare Peroni, Erg, Shell, Esso, Vodafone, Fastweb), editoriale (Poste Italiane, Touring Club, Treccani), bancario e assicurativo (Abi), informatico (Ibm, Capgemini), automotive (Jaguar) e fashion (Sisley, Benetton). Una delle ragioni principali del successo ottenuto dal Gruppo Logistico Laziale è senz'altro dovuta all'affermarsi - specialmente negli ultimi anni - del concetto di "terziarizzazione" e dal confronto serrato sull'opportunità o meno di affidare "ad altri" i bisogni legati alla "soluzione logistica": una discussione

**Tra le ragioni
del successo
pure l'affermarsi
- da alcuni anni -
del concetto di
terziarizzazione
della logistica**

dalla quale è emerso come il valore aggiunto connesso a una simile scelta sia dato dal fatto che è funzionale concentrare in un'unica unità produttiva tutte le operazioni, e che questo tipo di "architettura di sistema" permette di ridurre i costi logistici del 25% circa, determinando così economie nei costi di gestione sostanziali e consistenti. Un quarto di risparmio garantito, quindi, rispetto ad una eventuale scelta caratterizzata da "non-terziarizzazione": percentuale secca e molto significativa, soprattutto in tempi di crisi, più (come di questi tempi, indubbiamente) o meno accentuata. ■