

COSÌ GEFCO ITALIA AFFRONTA LA CRISI

Oculata gestione dei costi, riorganizzazione interna e strategie per aggredire nuovi mercati (in primis le pmi). Parola del M&S manager.

di **Ornella Giola**



ADAMO RUFFO

A margine del Chainlog di Piacenza, prima del suo interessante intervento in cui ha indicato le linee guida per fare dell'ottimizzazione delle attività logistiche uno strumento per liberare liquidità, Adamo Ruffo, marketing e sales manager di Gefco Italia, ha commentato con noi l'attuale situazione di mercato e come il 3PL la sta affrontando.

IL SEGMENTO DELL'AUTOMOTIVE - IN CUI SIETE TRA I LEADER - HA SUBITO GRAVI PERDITE. COME STATE AFFRONTANDO QUESTA FASE DELICATA?

■ Innanzitutto abbiamo attuato un'oculata politica di contenimento dei costi, limitando al massimo l'incidenza di tale intervento sul personale; abbiamo poi ottimizzato gli acquisti specie dei servizi di trasporto, riducendo il numero di mezzi in circolazione, nonché riveden-

do tutte le gare di appalto con i fornitori (cooperative, servizi di telefonia, canoni d'affitto, ecc.). Infine, abbiamo ristudiato l'organizzazione interna creando poli centralizzati per il recupero crediti e la fatturazione e creando nuove figure commerciali multi-prodotto.

E CHE ALTRO ANCORA?

A tutto questo si sono poi aggiunti nuovi importanti contratti, come quello con Yamaha per la distribuzione in esclusiva delle moto giapponesi ai concessionari italiani. Senza dimenticare che da un quinquennio circa abbiamo attivato nuovi piani per meglio essere presenti sul mercato.

OVVERO?

■ Da cinque anni abbiamo deciso di spingere sulla diversificazione dei segmenti di specializzazione, approfondendo per esempio al mondo della GDO e del fashion. Per questo secondo settore tengo a ricordare l'importante accordo col gruppo Miroglio: lo abbiamo accompagnato nella sua espansione in Russia, grazie anche alla dimensione internazionale del nostro gruppo e a una serie di "plus" che siamo in grado di offrire (mezzi satellitari, magazzini sorvegliati, ecc.). Da qualche

tempo stiamo poi ragionando su come affrontare il mondo delle pmi italiane, il nerbo dell'economia nazionale, al momento ancora scoperto per quel che concerne la terziarizzazione delle funzioni logistiche.

E COME AVVICINERETE LE NOSTRE PMI?

■ Con un nuovo prodotto di "supply chain consulting". Insomma ci proporremo alla media e piccola impresa italiana come degli esperti in quello che è da sempre il nostro core business, aiutandole nel fotografare la loro situazione e nel fornire indicazioni su quelli che potrebbero essere gli scenari aziendali futuri, comunicando anche soluzioni concrete e realizzabili. Saremo quindi un operatore logistico che effettua della consulenza utile e mirata.

PER TUTTO QUESTO AVETE CREATO UNA DIVISIONE AD HOC?

■ Un team di esperti interni a Gefco Italia sta operando da tempo per poter apprezzare le pmi e fornire loro soluzioni 'one to one'.

E A LIVELLO DI PRODOTTI CI SONO NOVITÀ?

■ Da settembre proporremo inedite soluzioni logistiche per gli operatori delle fonti rinnovabili. Si affianca al nuovo prodotto "Euro daily service" con cui garantiamo flussi più veloci e accelerati all'interno del continente europeo. ■

"Verso le piccole e medie imprese ci proponiamo come un operatore logistico che fa consulenza"