

LA LOGISTICA? UNA LEVA "DIFENSIVA"

Lo dice il settimo rapporto redatto dall'Isfort su un campione di 400 imprese manifatturiere, che evidenzia antichi mali e inedite tendenze.

di **Leonardo Tommasi**

Cosa sta accadendo alla logistica italiana in questo tempo di crisi economica? Alla domanda ha risposto l'Osservatorio nazionale del trasporto e della logistica di Isfort (Istituto Superiore di Formazione e Ricerca per i Trasporti) giunto alla sua settima edizione e i cui risultati sono stati presentati di recente a Roma, presso la sede della Fondazione BNC. Di fronte a un calo del fatturato e alla contrazione degli addetti, le imprese produttive italiane hanno fatto un uso "difensivo" della logistica, impiegandola più come leva di contenimento dei costi che come strumento per la competitività.

Il modello logistico nazionale non sembra infatti essere riuscito a far quadrato e anzi la crisi ne ha messo in evidenza l'intrinseca fragilità, soprattutto nei rapporti lungo la filiera. Le relazioni impresa cliente/fornitore logistico - invece di mostrare il lato solidale del rapporto creando un sodalizio imprenditoriale con cui fronteggiare le difficoltà - si sono lacerate, favorendo convenienze individuali. La partita sembra quindi più giocarsi sulla durata della recessione e sulla capacità delle imprese di intraprendere processi di innovazione e di integrazione della filiera. In effetti le imprese manifatturiere italiane sono quelle che hanno accusato maggior-

mente l'impatto della crisi economica: oltre l'80% delle 400 aziende intervistate dai ricercatori Isfort ha registrato effetti negativi sulla propria attività, specie dal punto di vista del fatturato (per oltre il 40% il giro d'affari ha avuto perdite superiori al 10% e in alcuni casi anche di più del 50%), mentre in sostanziale tenuta risulta la voce occupazione, con appena il 10% degli interpellati ad avere ridotto il numero degli addetti.

La diminuita movimentazione delle merci, causata dal crollo della domanda interna e delle esportazioni, ha impattato sull'80% delle imprese che hanno registrato un ridimensionamento importante dei flussi di merce in entrata e in uscita. Tra le strategie attuate dalle aziende per far fronte a questo shock vi è il ridimensionamento della leva logistica. In questa chiave vanno letti la riduzione degli addetti a questo comparto (praticata dal 34,2% delle imprese in crisi); la contrazione del peso dei costi logistici sul totale di quelli aziendali (effettuata dal 42,9% delle imprese) connessa al rallentamento dell'attivi-

tà produttiva, ma anche alla tendenza a "non fare" in attesa che i tempi migliorino; la diminuzione dei prezzi dei servizi logistici (38%) dovuta all'eccesso di offerta a fronte del calo della domanda che, se positiva per le aziende manifatturiere che possono disporre di prezzi più vantaggiosi e di una platea più vasta di fornitori, lo è meno per gli operatori logistici stretti fra l'aumento dei costi operativi e la diminuzione dei volumi di merce da movimentare; infine la contrazione del numero dei fornitori di servizi logistici.

La partita sembra giocarsi sulla durata della recessione e non sulla capacità di innovarsi delle nostre imprese

NEL DUBBIO SI STA FERMI

Un dato interessante dello studio riguarda le strategie messe in campo dalla pmi italiana per far fronte alla crisi. Prevale un generale atteggiamento "attendista" e con azioni mirate solo a contenere i costi in attesa di tempi migliori, segno che la gran parte delle imprese non vive la crisi come un'opportunità per innovarsi o di rilancio sul mercato alla ricerca di inediti prodotti e nuovi mercati da conquistare. Se infatti il 41,7% delle aziende ha adottato una strategia difensiva, solo il 22,8% delle imprese in difficoltà ha intrapreso un percorso di rinnovamento.

Positivo è però il fatto che risulta essere ormai diffusa tra gli imprenditori l'idea secondo la quale la logistica rappresenta un elemento fondamentale per la crescita competitiva dell'industria nazionale. Circa la metà delle imprese intervistate dimostra inoltre di possedere una cultura avanzata della logistica, definita dal 49,5% degli interpellati (erano il 29,8% nel 2001) come "il processo di integrazione del complesso delle attività di impresa". Sembra più che quadruplicata l'idea che la logistica possa fare la differenza nell'essere competitivi e concorrenziali sui mercati. Non sempre però alle parole seguono i fatti. Le imprese manifatturiere sembrano infatti lasciare maggiore spazio alle imprese esclusivamente logistiche e di trasporto multimodale con cui intrattengono tradizionalmente rapporti sporadici, ma soprattutto sembrano aver avviato una forma spinta di insourcing di attività anche avanzate e una razionalizzazione dei loro fornitori. ■



Archivio Volvo