

N°4 APRILE 2010 Euro 5.00

€uromerci

IL MENSILE DELLA LOGISTICA

**Alessandro
Bursese
(Gruppo
Logistico LDI)**

**"I NOSTRI CLIENTI
VOGLIONO UNA
PERSONALIZZAZIONE
SPINTA DEI SERVIZI"**

FARMACO: SUPPLY CHAIN LUNGA, MA EFFICACE

PIANIFICAZIONE

**Quale postponement
per l'automotive?**

PIASTRELLE

**Un settore tuttora
a corto di logistica**

INFRASTRUTTURE

**A Trieste scendono
in campo le banche**



Polo Logistico Codogno



Stato avanzamento lavori giugno 2009

Ubicazione dell'intervento

Il polo logistico/industriale di Codogno è ubicato direttamente sulla s.s. 9 via Emilia, risulta quindi comodissimo per la facilità di collegamento con l'Autostrada A1. Il casello di Piacenza Nord si trova a soli 5 km e quello di Ospedaletto Lodigiano a soli 6 km, entrambi dopo le recenti modifiche alla viabilità della A1 e della A2, permettono di prendere le direzioni Milano, Bologna, Torino, Genova e per tutti i trafori in direzione Francia e Svizzera.

Caratteristiche principali

- Capannone a destinazione logistica
- mq. 23.731 di magazzino
- compartimentato in 4 blocchi da 6.100 mq.
- altezza sottotrave m. 12
- n° 28 pedane mobili per carico/scarico
- piazzali di carico/scarico profondità 30 m.
- predisposizione impianto antincendio sprinkler
- mq. 1.667 di uffici, servizi e spogliatoi



Melegnano vic.ze

Direttamente sulla s.p. 159, a pochi km dal casello A1 di Melegnano, proponiamo ultime disponibilità di capannoni artigianali/industriali:

- mq. 1.060 - riscaldato con 2 servizi igienici
- **disponibile subito**
- mq. 6.220 - riscaldato con 8 servizi igienici
- 2 pedane mobili per carico/scarico
- dotato di impianto antincendio sprinkler
- mq. 175 di uffici e spogliatoi
- **disponibile da marzo 2010**
- altezza massima sottotrave di m. 7,50

Per info



ARCOBALENO IMMOBILI s.r.l.

02 982241

www.arcimm.it

uffici: 26831 Casalmaggiore (LO) - strada provinciale 159 km 2+150 / fax 02 98250087 / e-mail: commerciale@arcimm.it

VI SEGNALIAMO

Editore **SERDOCKS** S.r.l.
Via Cornalia 19 - 20124 Milano

Redazione Milano
Via Cornalia 19 - 20124 Milano
tel. 02.669.1567 - fax 02.667.142.45
internet: www.euomerici.it
e-mail: redazione@euomerici.it

Redazione Roma
Via Panama 62 - 00198 Roma
tel. 06.841.2897 - fax 06.884.4824
Internet: www.euomerici.it
e-mail: redazione@euomerici.it

Direttore responsabile
Jean Francois Daher

Vice-direttore
Ornella Giola
e-mail: ogiola@euomerici.it
cell. 331.674.6826

Progetto grafico
Mina Florio

Stampa
Mediaprint Milano

Pubblicità
SERDOCKS S.r.l.
Via Cornalia 19
20124 Milano
tel. 02.669.1567
fax 02.667.142.45
redazione@euomerici.it

Intervista ad Alessandro Bursese
**"I NOSTRI SERVIZI? TUTTI
A PROVA DI FLESSIBILITA'"**

2

Prevedere & Pianificare
**IL POSTPONEMENT
NELL'AUTO FUNZIONA COSÌ**

6

Distretti
**CERAMICHE E PIASTRELLE,
SETTORE A CORTO DI LOGISTICA**

10

Attualità
**A TRIESTE MONFALCONE
NASCERA IL SUPER-PORTO**

18

FOCUS Logistica del farmaco
**UNA FILIERA LUNGA,
MA PROFESSIONALE**

23

Formazione
**PORTO LAB RIPORTA
A SCUOLA I MANAGER**

36

FOCUS ICT
**NEWS E CASE HISTORY
TECNOLOGICHE**

40

DAL MONDO DELLE DOGANE
IL MAGAZZINO AUTOMATICO DEL MESE
ASSOLOGISTICA NORD-EST
CARRELLI ELEVATORI

16

50

56

58

CERTIQUALITY

IL LEADER DELLA CERTIFICAZIONE NELLA LOGISTICA
E NEI TRASPORTI

CERTIQUALITY - Organismo specializzato nella Certificazione dei Sistemi di Gestione Aziendale per la Qualità, l'Ambiente, la Salute e la Sicurezza sul lavoro - è il punto di riferimento per le Certificazioni rilasciate in Italia nei Settori della Logistica e dei Trasporti.

CERTIQUALITY è l'unico Istituto in Italia che effettua le Valutazioni SQAS ed ESAD, richieste dall'Industria Chimica per la qualificazione dei fornitori di servizi e dei distributori.

CERTIFICAZIONE INTEGRATA

CERTIQUALITY promuove inoltre la crescita aziendale con la Certificazione Integrata dei Sistemi di Gestione per la Qualità (ISO 9001), l'Ambiente (ISO 14001, EMAS), la Salute e la Sicurezza sul lavoro (BS OHSAS 18001).



ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ

Via G. Giardino 4 - 20123 Milano - tel. 02 8069171
fax 02 80691710 - certiquality@certiquality.it

www.certiquality.it

VENEZIA: tel. 041 5094233/34 - BOLOGNA: tel. 051 36723.75/36
FIRENZE: tel. 055 577804/804233 - ROMA: tel. 06 97271100/010
NAPOLI: tel. 081 562894 - BARI: tel. 080 5046136
CATANIA: tel. 095 497017

“I NOSTRI SERVIZI? TUTTI A PROVA DI FLESSIBILITÀ”

Gruppo Logistico LDI punta su una clientela di medie e medio-grandi dimensioni che ricerca una personalizzazione spinta delle prestazioni.

di **Ornella Giola**



ALESSANDRO BURSESE

Gruppo Logistico LDI nasce nel 1979 come Laziale Distribuzione a Pomezia, a pochi chilometri da Roma, per iniziativa di Giuseppe Bursese. Inizialmente è una società di spedizione, ma quasi subito comprende la necessità di offrire a una clientela diversificata (in quanto a settori merceologici ed esigenze) servizi innovativi e soprattutto personalizzati, che vadano al di là del semplice trasporto delle merci. Laziale Distribuzione diviene così operatore logistico in grado di offrire una gamma ampia e differenziata di servizi integrati, che vanno dal trasporto alla distribuzione secondo diverse modalità (ordinaria, espressa, intermodale, door-to-door ecc.), dalla preparazione delle spedizioni al track&trace, dalla gestione degli stock e dei resi alle lavorazioni

particolari, dal controllo di qualità alla gestione degli archivi, dalla consulenza logistica al supporto fiscale e amministrativo. *“Con gli anni – esordisce il general manager Alessandro Bursese – la naturale vocazione logistica dell’azienda è divenuta ancora più marcata anche attraverso l’acquisizione di un nuovo nome, Gruppo Logistico*

LDI, cui si è affiancato l’ampliamento dell’azienda (che oggi vanta 11 impianti in tutta Italia), la presenza in alcune infrastrutture di particolare rilievo come il porto di Gioia Tauro, lo sviluppo multisettoriale (attualmente LDI opera nei settori farmaceutico, promozionale, automobilistico, bancario-assicurativo, informatico-elettronico e della telefonia, dell’editoria e del fashion) e da ultimo, ma solo in ordine di tempo, con la realizzazione del nuovo mega-polo logistico di Santa Palomba”. Quest’ultima è una struttura all’avanguardia di 80.000 metri quadri, situata in una posizione geograficamente strategica, a pochi chilometri cioè da Roma, dai principali snodi autostradali e ferroviari, dagli aeroporti di Fiumicino e Ciampino e dall’hub di Civitavecchia.

QUALI SONO I VOSTRI CLIENTI TIPO?

■ In genere la nostra è una clientela di medio-grandi dimensioni. A tale clientela garantiamo prestazioni flessibili, sia dal punto di vista dei costi che dei servizi. In genere siamo scelti per la nostra capacità di garantire un’elevata personalizzazione. Quest’ultima si spinge - in taluni casi - fino alla gestione dei rapporti con la rete vendita da parte di un team di nostri dipendenti interamente dedicato a questa attività. Tale team raccoglie informazioni e ordini dalla rete commerciale, li “normalizza” e li trasferisce al cliente. Si tratta di presta-

“Operiamo in settori disparati; quello che registra dati positivi e in controtendenza è il farmaceutico, con un +15%”



zioni che i 3PL multinazionali non hanno la capacità di gestire, ma che invece sono sempre più richiesti da quei clienti medi e medio-grandi che rappresentano. appunto, la maggior parte del nostro portafoglio.

ANCHE GRUPPO LOGISTICO LDI AMA PARLARE DI PARTENSHIP COI CLIENTI. VOGLIAMO CHIARIRE TALE CONCETTO?

■ Nella aziende, in tutte le aziende, ma in particolar modo in quelle di servizi, le persone contano e come se contano. I nostri clienti chiedono un referente che conosce bene le loro esigenze e che sia in grado di fungere da supporto "propositivo" alle loro strategie. Di qui l'imprescindibilità di un rapporto di partnership a livello di magazzini, capitali e ICT.

VENIAMO ALLA LOGISTICA DEL FARMACO, CUI RISERVATE UN'AREA SPECIFICA A POMEZIA. QUANTO INCIDE SUL COMPLESSO DELLA VOSTRA ATTIVITA'?

■ Dal settore - che include medicinali, prodotti galenici, presidi medico-chirurgici, parafarmaci, prodotti ottici e oftalmici - si genera il 20% del nostro business, la cui gestione abbiamo centralizzato appunto in una struttura ad hoc di 12 mila mq.

IN PARTNESHIP È MEGLIO

Alle aziende farmaceutiche Gruppo Logistico LDI offre:

- consegne dedicate per congressi;
- consegne personalizzate per informatori medico scientifici;
- fornitura a 360° a livello informatico con roll-out e fleet management con strutture dedicate e specializzate (servizi di staging, customizzazione software, assistenza tecnica on site o swap e fornitura hardware con partner di importanza primaria);
- archiviazione informatica dei documenti firmati (POD su richiesta);
- sito web personalizzato per il cliente con visualizzazione giacenze, ordini, e così via.



QUALI I TREND DEL SETTORE?

■ Il farmaceutico è un settore in contro-tendenza per quanto ci riguarda, in quanto non solo nel 2009 abbiamo acquisito nuovi clienti, ma abbiamo accresciuto sensibilmente anche la quantità di prodotti movimentati. Il settore è salito nel complesso di un buon 15%. Dato ancor più significativo (e anche di fatto relativamente

inaspettato) se confrontato con le perdite (causa la crisi economica) di altri comparti merceologici. Una delle scelte strategiche del nostro gruppo è quella di diversificare i settori di specializzazione e ciò ci ha consentito di far fronte alle varie crisi settoriali succedutesi nel corso degli anni. Una scelta che abbiamo seguito anche nel settore farmaceutico al quale >



A POMEZIA, UNA STRUTTURA PER IL SOLO FARMACEUTICO DI CIRCA DODICI MILA MQ



Una logistica su misura passa anche attraverso una struttura e una gestione dei flussi ad hoc. Per questa ragione, Gruppo Logistico LDI ha realizzato nella propria struttura di via Campobello a Pomezia, a pochi chilometri da Roma, un innovativo deposito, interamente dedicato alla gestione dei prodotti cosmetico-farmaceutici che occupa una superficie di circa 12 mila mq. L'impianto – certificato UNI EN ISO 9001:2008 – è dotato di una rete interna in cablaggio strutturato in fibra ottica e strutture tecniche e informatiche specializzate e all'avanguardia, che consentono una gestione puntuale e sicura dei prodotti e ne garantiscono una perfetta conservazione (locali completamente climatizzati, pavimento anti-polvere, celle frigorifere a norma dei sistemi di sicurezza previsti dalle leggi vigenti ecc.). L'intera attività viene svolta rispettando la normativa vigente. La soluzione "dedicata" scelta da LDI si è rivelata vincente sia in termini economici che funzionali (gestione di maggiori volumi con notevoli economie di scala; diminuzione delle movimentazioni dei prodotti; miglioramento complessivo dell'efficienza nelle prestazioni; rispetto del lead time; una più vasta offerta di servizi ai propri clienti). *"Cosmetici e soprattutto farmaci richiedono una gestione logistica molto specifica e accurata - spiega Giuseppe Bursese, titolare e fondatore di Gruppo Logistico LDI - Il nostro laboratorio farmaceutico è stato costruito proprio pensando alle peculiarità di questi prodotti e agli elevati standard di efficienza e sicurezza che le aziende farmaceutiche nostre clienti si attendono".*

abbiamo affiancato per esempio il cosmetico, le cui differenti stagionalità ci consentono di gestire meglio i picchi sia nel caso di aumento delle consegne che di loro stagnazione e contenimento.

COME GESTITE IL DELICATO PROBLEMA DELLA "TASSATIVITA'" DELLE CONSEGNE, PROPRIO DEL SEGMENTO FARMACEUTICO?

■ Gruppo Logistico LDI deriva dal mondo dei trasporti e non agisce solo come un operatore logistico che si affida ai corrieri per le consegne. Noi gestiamo il nostro network distributivo nazionale con controllo diretto delle primarie piattaforme nazionali verso i nostri hub. Il che favorisce una

perfetta tracciabilità delle consegne e quindi la loro tassatività quando questa caratteristica è richiesta.

PARLIAMO DEL VOSTRO NETWORK.

■ Gruppo Logistico LDI dispone di suoi hub a Napoli, Pomezia, Bologna e Milano. Ricorriamo a corrieri che lavorano in esclusiva per noi e utilizzano la nostra stessa piattaforma informatica. La gestione dei flussi di informazione è fondamentale: disponiamo di un sistema interno cui si affiancano WMS specifici di terze parti gestiti da nostro personale interno dedicato. Possiamo inoltre contare su mezzi di proprietà (anche a temperatura controllata) che effettuano le consegne dell'ultimo miglio'.

SIETE INTERESSATI A UNA CRESCITA INTERNAZIONALE?

■ Già adesso fungiamo da hub europeo per prodotti farmaceutici e non che dall'Italia sono diretti al resto d'Europa. C'è da dire che per questo settore il nostro Paese avrebbe veramente tutte le carte in regola per fungere da destinazione hub per il resto d'Europa, dal momento che sono in aumento le distribuzioni di prodotti farmaceutici provenienti dall'Estremo Oriente.

PERCHE' LA SUPPLY CHAIN DEL FARMACO IN ITALIA E' COSI' FRAMMENTATA E MOLTO PIU' LUNGA CHE ALL'ESTERO?

■ Oltre alle note problematiche legate alla globalizzazione, che ha determinato l'allungamento della supply chain praticamente in ogni settore e in ogni Paese del mondo, in Italia in particolare sussistono logiche legate alla mancanza di un tessuto imprenditoriale capace di creare aggregazione, a politiche campanilistiche e a "lottizzazioni" di natura economica che hanno aggravato ulteriormente la situazione. Questo fenomeno è più evidente nel settore farmaceutico, anche perché in Italia costituisce la principale voce di spesa e pertanto è uno dei comparti più appetibili in termini economici. I risultati tangibili sono purtroppo un generale aumento dei prezzi che ricade sul consumatore finale e una sostanziale inefficienza della supply chain. Tale ultimo aspetto non deve però essere inteso quale incapacità o scarsa professionalità dei singoli "anelli della catena", ma come un eccesso di attori che si trovano quindi a partecipare a un processo produttivo e distributivo senza creare valore aggiunto pur essendo, molto spesso, nel loro compito molto efficienti. ■

organizzano:

6^a Edizione del Premio *Il* Logistico dell'Anno

**SONO APERTE LE CANDIDATURE PER L'ISCRIZIONE
AL 6° PREMIO "IL LOGISTICO DELL'ANNO"**

L'edizione 2010 prevede riconoscimenti a società e manager logistici che hanno effettuato innovazione in ambito:

- Ambientale
- Dell'internazionalizzazione d'impresa
- Formativo
- Immobiliare
- Tecnologico
- Trasportistico (per modalità terrestre e/o marittima e/o aerea e/o intermodale)

Il testo di presentazione della candidatura andrà spedito entro e non oltre il **30 giugno 2010**

Gli invii in formato word o pdf o power-point vanno effettuati:

via mail a oggiola@euromerci.it

oppure

per via postale a **Euromerci - Candidatura al premio IL LOGISTICO DELL'ANNO**
Via Cornalia 19 - 20124 Milano

POSTPONEMENT, NELL'AUTO VA COSÌ

Posticipare la differenziazione del prodotto fino all'ultimo momento anche da parte dei fornitori è quanto garantisce questa strategia. I pro e i contro.

di Arthur Wicker

La catena di valore aggiunto nell'industria auto si è allungata sensibilmente. Oggi i fornitori possono essere a migliaia di chilometri e, se si considerano anche i subfornitori, le distanze fisiche e gestionali (nel senso di *lead times* di trasporto) accrescono ancora di più. I produttori OEM (Original Equipment Manufacturer) auto, che vorrebbero minimizzare le loro scorte di vetture finite, cercano di produrre sempre di più vetture solo in presenza di un ordine specifico del cliente finale (*build to order*). In alcuni casi, per ricavare un ulteriore vantaggio commerciale,

gli OEM offrono ai clienti persino la possibilità di cambiare il proprio ordine fino a pochi giorni prima dell'assemblaggio finale della vettura ordinata. Questa tendenza, oltre al dato di fatto che i portfolio degli ordinativi sono quasi vuoti, porta a fluttuazioni a volte estreme nei programmi, particolarmente riguardo al mix di prodotto.

Un fornitore di componenti auto deve affrontare due obiettivi contrapposti: da una parte deve ottimizzare il suo uso di capitale circolante, dall'altra deve garantire la consegna al cliente OEM anche in vista di fluttuazioni significative rispetto ai programmi. Un fornitore JIT (*Just in Time*) deve persino garantire un'affidabilità di consegna del 100%. E' in questo contesto che serve il postponement: i fornitori, insieme ai loro clienti OEM, devono cercare il modo di poter offrire il crescente numero di varianti, minimizzando però i costi e gli effetti sulle scorte.

**La soluzione
consente un
numero crescente
di varianti,
minimizzando
costi ed effetti
sulle scorte**

Studiato dal professor Lee dell'Università di Stanford, il *postponement non è altro che progettare un prodotto in modo che le sue varianti si possano creare il più vicino possibile (sia in termini di tempo che di distanza) al cliente finale*. Questo permette di gestire la domanda a livello aggregato: il fabbisogno aggregato è meno variabile del fabbisogno delle singole varianti – e così si impegna molto meno capitale circolante.

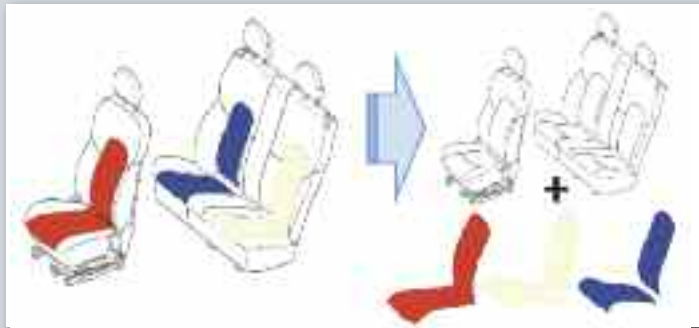
Il postponement è anche stato un elemento importantissimo nel successo della Benetton – le maglie venivano prodotte incolore e poi, dipendendo della domanda del mercato per le singole varianti di colore, esse venivano



Fotolia.com

SEDILI "ON DEMAND"

La parte centrale delle fodere si definisce nello stabilimento di selleria in Germania invece che dal fornitore di fodere in Ungheria. Si è passato da 40 SKU a 4 varianti di fodera base (cuscino + schienale); 10 centrali colorati (cuscino + schienale); riscaldamento (optional) installato in selleria = 15 SKU. Il tutto per un risparmio di 2 euro circa.



tinteggiate nel colore che serviva - così Benetton reagiva più velocemente alla richiesta del mercato ed evitava una gran quantità di obsoleti in colori che erano stati previsti e prodotti, ma che il mercato non aveva apprezzato. Un altro esempio conosciuto da tutti: le vernici sono disponibili in centinaia di colori, ma vengono miscelate e definite presso il venditore partendo da un numero ristretto di colori base.

Nell'industria auto il postponement è un concetto che ha trovato molte applicazioni e ha portato a riduzioni di scorte, di costi e, in alcuni casi, a un miglioramento della qualità e alla possibilità di accrescere le vendite, offrendo varianti che altrimenti non sarebbero economicamente fattibili. Il postponement a livello vettura è stato un aspetto importante del modello di business dei fornitori JIT/JIS (just in time, just in sequence). Per esempio, esistono centinaia di varianti di una plancia - e per queste motivi l'OEM aspetta ad avere la vettura già confermata per l'assemblaggio finale prima di avviare la produzione della plancia (realizzata secondo gli optional scelti dal cliente finale) che verrà installata in quella vettura.

Il postponement ha molte potenzialità non utilizzate nella componentistica, guardando verso fornitori di 2° e 3° livello - dove ci sono ancora delle opportunità da cogliere. Per esempio, tornando ai sedili: si possono foderare gli appoggiatesta poco prima della consegna dell'intero kit sedile? Se una vettura

offre due o tre appoggiatesta posteriori, si può concepire l'assemblaggio in modo di poter usare la stessa fodera sedile per le tre varianti, forando i buchi per gli appoggiatesta durante la sellatura del sedile finito? I pannelli porta possono essere concepiti in modo che un elemento differenziatore (per esempio plastica colorata o ricoperta di tessuto) possa essere aggiunto poco prima della spedizione al cliente OEM? Lo stesso può essere fatto per gli altoparlanti? I pannelli porta possono essere concepiti in modo che il concessionario o lo stesso cliente finale possa intercambiare portacenieri o altri tipi di contenitori nella console centrale? I cavi si possono pre-assemblare in sottogruppi, che poi

si mettono insieme ad altri sottogruppi secondo la definizione e optional della singola vettura? E ci sono tante altre opportunità.

Ma per avere successo con il postponement si

deve prendere in considerazione qualche punto. Primo: deve esserci la volontà ferma e dichiarata del top management di farlo. L'introduzione

del postponement causa cambiamenti nei processi e nei prodotti che hanno un effetto su tutte le aree di un'azienda. Se non c'è chi tira le redini, il processo rischia di insabbiarsi e fallire. Secondo: già nella fase più iniziale del design deve esserci un'analisi dei costi dettagliata e comprensiva che consideri non solo i costi di produzione legati alla distinta base. L'analisi dei costi deve evidenziare particolarmente i costi logistici di imballaggio, stoccaggio, movimentazione, di capitale circolante, il costo della mancanza nel magazzino (e, di conseguenza, il costo del trasporto speciale), ecc. Bisogna essere sicuri d'aver considerato tutti i costi, quelli standard, quelli nascosti e quelli che derivano da una mancata flessibilità nella creazione di varianti di prodotto. Terzo: i componenti devono essere concepiti in forma modulare, che permetterà di scambiare un subcomponente con un altro per creare un'altra variante il più tardi possibile. Infine, i processi logistici e di assemblaggio devono essere adattati per permettere la produzione delle varianti - ciò vuol dire abbandonare la mentalità di produzione in lotti, eliminare il prodotto finito e gestire le scorte a livello di componenti e di sottogruppi non ancora differenziati.

>

**Questa prassi
ha successo
se c'è la volontà
ferma e dichiarata
da parte del
top management
di attuarla**

MACROAREA LOGISTICA COSTA di ROVIGO



La nuova Macro-Area, intermodale produttiva e logistica è tra le più importanti Aree Produttive del territorio Veneto a sud di Padova.

L'area che si estende per oltre 1.200.000 mq. si colloca in uno dei nodi infrastrutturali più strategici in vista dei futuri sviluppi come corridoio V del Nord Est ed è connessa:

- all'Autostrada A/13 (Padova-Bologna) all'altezza del nuovo casello di Villamartana;
- alla superstrada Transpolesana (Rovigo-Verona);
- al nuovo tratto autostradale della "Valdastico Sud" (Vicenza-Rovigo).

L'area ha una spiccata vocazione logistica per la sua collocazione e per le sue infrastrutture alle quali è collegata in quanto oltre alle direttrici statali citate, dispone di un raccordo ferroviario della tratta Rovigo-Verona, che sarà utilizzato per la realizzazione del terminal intermodale per il trasporto delle merci su rotaia.



COSTA VILUPPO SPA
Galleria Brancaleon, 2 - PADOVA
Tel. +39 049 767775
www.costaviluppo.com

CHI È L'AUTORE



Arthur Wicker ha lavorato durante la sua carriera quasi esclusivamente nell'ambito della supply chain. Dopo avere finito gli studi d'ingegneria, MBA e MIM, entra nella Volkswagen in Germania, dove è stato acquirente, analista di strategie d'acquisto e program manager acquisti per il New Beetle. Il suo percorso continua presso la Lear Corporation in Germania, dove è stato responsabile d'acquisti a livello europeo per le commodities "chemical" e "metals". Arriva in Italia, come parte di un team per il turnaround della filiale italiana, dove stabilisce la funzione di program management e poi assume la responsabilità per la supply chain. Da lì continua come director of materials & SCM a livello europeo e gestisce uno stabilimento in Portogallo. Nel 2008 l'ingegner Wicker entra nell'Alvarez & Marsal (consulenza specializzata nel turnaround management). E' anche "certified supply chain professional" dell'APICS e ha la certificazione di livello "master-strategic" dell'European Logistics Association.

Il postponement può portare benefici concreti. Secondo uno studio fatto dalla APICS, Oracle, e Cap Gemini Ernst & Young, oltre il 75% delle aziende che aveva iniziato a implementare una strategia di postponement avevano raggiunto benefici importanti e valutavano quindi l'implementazione un successo - e il 91% aveva visto miglioramenti significativi sia nella soddisfazione del cliente che nella riduzione dei magazzini.

Se attuato con successo, il postponement migliora la soddisfazione del cliente e riduce i magazzini

La soddisfazione del cliente era stata raggiunta attraverso l'offerta di una gamma maggiore di prodotti e attraverso la riduzione dei *lead times* di consegna al cliente finale. La riduzione del magazzino (dal 30% al 40% nelle migliori implementazioni) viene ottenuta in quanto si migliora la capacità di pianificazione del materiale focalizzando la pianificazione sul fabbisogno dei sub componenti differenzianti e non sui prodotti finiti differenziati (che sono ovviamente molti di più). E gli obsoleti, sempre un tema contenzioso nell'industria dell'auto, si riducono significativamente. Il postponement sarebbe dunque da considerare fra le strategie di prodotto non solo per l'industria auto, ma per tutte le aziende che vendono molte varianti dello stesso prodotto base. ■



Engineering 2K S.p.A.



- 880.000 mq realizzati in infrastrutture logistico-industriali
- 320.000 mq di spazi distributivi di futura realizzazione

Engineering 2K S.p.A. è un *General Contractor* che opera nei settori industriale, terziario, civile e urbanistico con una specializzazione consolidata nell'immobiliare logistico. Progetta e realizza immobili "chiavi in mano" attuando soluzioni di ingegneria e studi di fattibilità personalizzati.

Castel San Giovanni Logistics Park - Piacenza	294.000 mq	(prossimo ampliamento di 100 mila mq)
Piacenza - Località Le Mose	105.000 mq	
Bologna Interporto	85.000 mq	
Romentino - Novara	59.000 mq	
Pontenure - Piacenza	53.000 mq	(prossimo ampliamento di 12 mila mq)
Arquà Polesine - Rovigo	44.000 mq	(prossimo ampliamento di 70 mila mq)
Magenta - Milano	34.000 mq	(prossimo ampliamento di 11 mila mq)
Arena Po [®] - Pavia	29.000 mq	
Fagnano Olona - Varese	29.000 mq	



Anagni - Frosinone	27.000 mq	(prossimo ampliamento di 27 mila mq)
Castel San Pietro - Bologna	23.000 mq	
Peschiera Borromeo - Milano	20.000 mq	
Borghetto Lodigiano - Lodi	20.000 mq	
Cornaredo - Milano	19.000 mq	
Cortemaggiore - Piacenza	16.000 mq	
Ospedaletto Lodigiano - Lodi	14.000 mq	
Pontecurone - Alessandria	8.000 mq	



Arluno/Vittuone - Milano	52.000 mq	(di futura realizzazione)
Pontenure Logistics Park - Piacenza	46.000 mq	(di futura realizzazione)

Strada 3 Palazzo R5, Arezzo (MI) - Tel. 02-5770021 Fax 02-8045333 - E-mail info@eng2k.com

www.eng2k.com

UN SETTORE TUTTORA A CORTO DI LOGISTICA

L'80% della produzione nazionale si concentra nell'area di Sassuolo, dove una serie di fattori rende particolarmente caotici i flussi di traffico.

di **Paolo Sartor**

La logistica e il trasporto delle materie prime e la distribuzione del prodotto finito, per il settore ceramico che movimentata ogni anno in Italia oltre 20 milioni di tonnellate di merce, sono elementi strategici e centrali per la sua competitività. A maggior ragione se si considera che le materie prime provengono in grandi quantità da Ucraina, Turchia, Germania e Francia e il prodotto finito viene esportato in oltre 180 Paesi del mondo. A ciò si aggiunge il fatto che l'80% della produzione nazionale si concentra nel distretto di Sassuolo (Modena), un'area nella quale gli scambi interaziendali, l'utilizzo prevalente del trasporto via gomma, il fenomeno delle prese multiple da parte degli autotrasportatori e la presenza di circa 18.000 lavoratori dipendenti rendono particolarmente caotici i flussi di traffico.

La variabile critica è la cronica carenza di infrastrutture stradali e ferroviarie idonee a soddisfare le esigenze di mobilità delle merci e delle persone all'interno del distretto. La globalizzazione dei mercati e la crescita esponenziale degli scambi di merce tra le tre principali aree commerciali del pianeta, rappresentate da Nord America, Europa ed Estremo Oriente,

impongono una maggiore razionalizzazione dei flussi di traffico. Questa nuova organizzazione delle reti logi-

Una variabile critica è da ricercare nella cronica carenza di infrastrutture stradali e ferroviarie

stiche si fonda attorno a punti di stoccaggio – conosciuti come transit point – posizionati nei pressi delle principali vie d'accesso alle aree di produzione e di consumo. Ma intercettare il traf-

ficario in transito nel distretto ceramico non basta e non genera sufficiente valore aggiunto per la logistica. Il comprensorio deve essere parte di una rete logistica e non può essere solo luogo di movimentazione delle merci. La funzionalità strategica di una piattaforma logistica deve tendere oltre a ricevere, consolidare e smistare i traffici, anche a favorire e partecipare ai processi produttivi con operazioni di imballaggio, di assemblaggio di componenti o semilavorati prodotti altrove.

Studi recenti hanno calcolato che ogni giorno entrano ed escono dal comprensorio ceramico di Sassuolo dai 4.000 ai 5.000 camion, senza contare i flussi tra le aziende localizzate all'interno dell'area. Negli ultimi de-



COSÌ I CERAMISTI GESTISCONO LA DISTRIBUZIONE FISICA

Ecco in sintesi i comportamenti emergenti:

- rapporti autonomi, personali e fiduciari con i fornitori dei servizi di trasporto, ma improntati quasi esclusivamente all'obiettivo generale della leadership di costo, in termini di contenimento dei costi e spezzettamento delle attività che compongono la catena logistico-distributiva;
- flessibilità dei vettori locali nel fornire servizi personalizzati, ma ancora esterni a un processo di razionalizzazione e di valorizzazione delle operazioni in termini di servizi a valore aggiunto e di maggiore ampiezza territoriale;
- notevole diffidenza culturale verso l'offerta di operatori multicliente, per timori di diffusione di informazioni aziendali riservate;
- scarsa strutturazione con poche eccezioni per operatori specializzati nell'offrire servizi integrati di logistica distributiva;
- scarsa attenzione al contenimento dei costi di distribuzione, di ottimizzazione dei percorsi e dei carichi da parte dei produttori di ceramica;
- debole pianificazione delle spedizioni, in generale della domanda, con difficoltà a gestire nel modo più razionale la scelta modale;
- scarsa attenzione per i costi di immobilizzazione dei prodotti nei magazzini.

cenni la domanda di trasporto nel distretto ceramico è salita anche a causa della crescita e della diversificazione della richiesta di materie prime. Le nuove tipologie produttive (dalla monocottura in pasta bianca al grès porcellanato) hanno infatti accresciuto la domanda di feldspati, argille e sabbie. Facilmente rinvenibili sul territorio tra Modena e Reggio fino agli anni Settanta, ora le materie prime vengono importate da altre zone italiane e anche dall'estero. Le argille provenienti da Germania e Francia arrivano quasi interamente su ferrovia; le argille dell'Ucraina, il feldspato turco e le sabbie della Sardegna giungono invece nel comprensorio emiliano via nave – prevalentemente ai porti di Livorno e Ravenna; le materie prime provenienti da altre regioni d'Italia (Sardegna, Piemonte, Calabria e Toscana) arrivano su gomma. La movimentazione del prodotto finito ha

luogo principalmente attraverso la rete stradale per le destinazioni nazionali ed europee. Solo recentemente si è assistito a un aumento del traffico ferroviario, soprattutto per i prodotti diretti nel Nord Europa, che però copre solo il 30% del totale. Su treno viaggiano anche i container diretti verso i principali porti d'imbarco (in prevalenza quelli dell'Alto Tirreno) per raggiungere i paesi oltremare.

La vendita delle piastrelle avviene ancora in prevalenza utilizzando il franco fabbrica: ciò significa che il trasportatore viene scelto e pagato dai compratori della merce, che nella maggior parte dei casi sono grossisti nazionali e importatori di materiali edili. La committenza, quindi, è molto frazionata e tende a scegliere il vettore in relazione alla zona di appartenenza e questo spiega perché il mercato del trasporto di prodotto finito

sia molto aperto e dominato soprattutto da vettori stranieri. Ciò non significa però che gli operatori del trasporto locali siano esclusi da tale attività. Da queste prime considerazioni si deduce come la presenza di una rete di piattaforme logistiche stia diventando un elemento strategico fondamentale, perchè le spedizioni sono sempre più frazionate e frequenti. La logica di vendita nell'arco degli ultimi quindici anni si è completamente modificata e se un tempo partivano automezzi completi, oggi l'acquirente non stocca più alcun prodotto e invia l'ordine ai produttori solamente sulla base di quanto ha venduto.

Attualmente, in Europa circa il 30% delle vendite del prodotto ceramico si realizza attraverso grandi gruppi d'acquisto. In questo caso - trattandosi di quantitativi molto grandi - le spedizioni avvengono direttamente dal venditore al compratore. Del restante 70% circa la metà è composta da spedizioni superiori alle 5 tonnellate, mentre l'altra metà si >

La domanda di trasporto è salita anche a seguito della crescita nella richiesta di materie prime



Fotolia.com



realizza con invii di peso medio di 0,8 tonnellate. Al contempo sono aumentate nel corso del tempo, le richieste di consegna del prodotto finito in tempi rapidi e prestabiliti. Questo significa che ogni viaggio è formato da pallet prelevati in diversi stabilimenti. Sotto il profilo della scelta dell'automezzo il modo più efficiente per gestire questa situazione è stato quello di dedicare delle motrici solamente ai ritiri, così da concentrare tutte le spedizioni in un solo punto, dove successivamente vengono stivate a terra per destinazione e caricate su autotreni e autoarticolati per le varie destinazioni finali. Normalmente per saturare la capacità di carico di un automezzo pesante vengono effettuati almeno 18 - 20 prelievi, mentre a destinazione in Europa sono necessarie non meno di 6 - 7 consegne in linea in un'area normalmente circoscritta. Il punto critico di questo modello di raccolta e distribuzione del prodotto finito è, quindi, il ritiro della merce che, oltre ad essere frazionato e avvenire in un'area congestionata dal traffico, spesso richiede anche lunghe attese ai cancelli degli stabilimenti che vanificano ogni tentativo di corretta pianificazione delle prese. I tempi di

attesa per il carico possono essere molto lunghi e arrivare anche a 7 ore. Una soluzione per affrontare in modo

**Nel distretto
ci sono operatori
tradizionali
mono-funzione
(autotrasportatori)
e operatori
logistici di filiera**

dei servizi offerti dalle imprese di trasporto e dagli operatori logistici presenti nel distretto della ceramica di

efficace il problema del forte frazionamento dei ritiri è quella di creare punti di raccolta e ridistribuzione delle merci.

La struttura, la dimensione e l'articolazione

Sassuolo è formata da due tipologie di operatori e precisamente: tradizionali - monofunzione, numericamente predominanti - e operatori logistici di filiera. L'operatore tradizionale monofunzione è un autotrasportatore con sede nel territorio che fornisce il solo servizio di trazione. Il suo raggio d'azione è condizionato dalla dimensione dell'impresa. Quelle minori (padroncini) tendono a limitare la loro attività all'ambito regionale e/o nazionale, sulle tratte internazionali invece operano in prevalenza le aziende più strutturate. Date le dimensioni modeste - sia dal lato organizzativo che economico-finanziario - dell'operatore tradizionale monofunzione, è escluso che possa fornire alcun tipo di servizio di natura logistica. L'operatore logistico di filiera gestisce l'insieme delle attività di trasporto e logistica all'interno del distretto per conto di una pluralità di imprese manifatturiere. Si tratta di aziende di medio-grandi dimensioni, in grado di offrire, oltre al trasporto, una serie di servizi, quali magazzino prodotti finiti, emissione ordini, booking di consegna e organizzazione >



ITALSEMPIONE
Via Restelli, 5
20010 V. (Lecce) (MI) - Italy
Tel: + 39 02 903501
Fax: + 39 02 90350300
management@italsempione.it
www.italsempione.it



Organizzazione efficiente, servizi all'avanguardia

Attore di primo piano nei trasporti e nella logistica, *ITALSEMPIONE* assicura valore aggiunto ai propri clienti in tutto il mondo con le più opportune soluzioni integrate. Nel segno della professionalità e della flessibilità. Con la spinta dell'innovazione.



ITALSEMPIONE



IL COMPRESORIO IN CIFRE

L'industria italiana delle piastrelle di ceramica ha chiuso il 2008 con una produzione realizzata in fabbriche nazionali di 512,5 milioni di mq, venduti per 506,24 milioni di metri quadrati che hanno generato un fatturato di 5,51 miliardi di euro, venduto a un prezzo medio di 10,90 euro al metro quadrato. Di segno positivo il dato relativo alla variazione dei prezzi medi, cresciuti del +3,08%, a conferma della percezione positiva del prodotto "made in Italy". Un risultato reso possibile anche da investimenti che, dopo aver raggiunto nel 2008 i 304 milioni di euro, sono proseguiti anche nel corso del 2009, arrivando a toccare quota 278 milioni di euro. Per quanto riguarda la tipologia di prodotto è il gres porcellanato smaltato a fare la parte del leone: con un volume di produzione superiore a 230 milioni di mq, seguito dal prodotto non smaltato, realizzato per oltre 132 milioni di metri quadrati. Sul versante dei mercati di destinazione del prodotto, quelli della piastrella italiana confermano una vocazione decisamente internazionale. Sul totale delle vendite, 151,1 milioni i metri quadrati, pari al 29,9% del totale, sono stati venduti in Italia; 355,1, pari al 70,1% del totale, hanno preso la via dell'estero. Nei primi mesi del 2009 l'attività economica nelle aziende italiane ha registrato un calo della produzione nell'ordine del 25% e del fatturato attorno al 23%. Valori che, se da un lato, trovano una propria motivazione nella flessione dell'attività economica per il mercato delle costruzioni, dall'altra evidenziano però come la caduta sia in linea con il consumo mondiale di piastrelle, a conferma di come l'industria italiana delle piastrelle di ceramica mantenga le proprie quote nel panorama mondiale. Il territorio del comprensorio ceramico sotto il profilo logistico si caratterizza per la presenza di una capacità imprenditoriale che non è servita da un sistema di infrastrutture coerente con le rispettive esigenze del mondo delle imprese. Le cause strutturali della crisi sono due, l'elevata densità delle fabbriche (con una media di 15 impianti per chilometro quadrato) e l'inadeguatezza della rete stradale.

della distribuzione. La presenza nel mercato e lo sviluppo di nuovi servizi sono realizzati anche attraverso accordi con altri operatori, acquisizioni e apertura di filiali nei Paesi esteri di sbocco commerciale dei ceramisti.

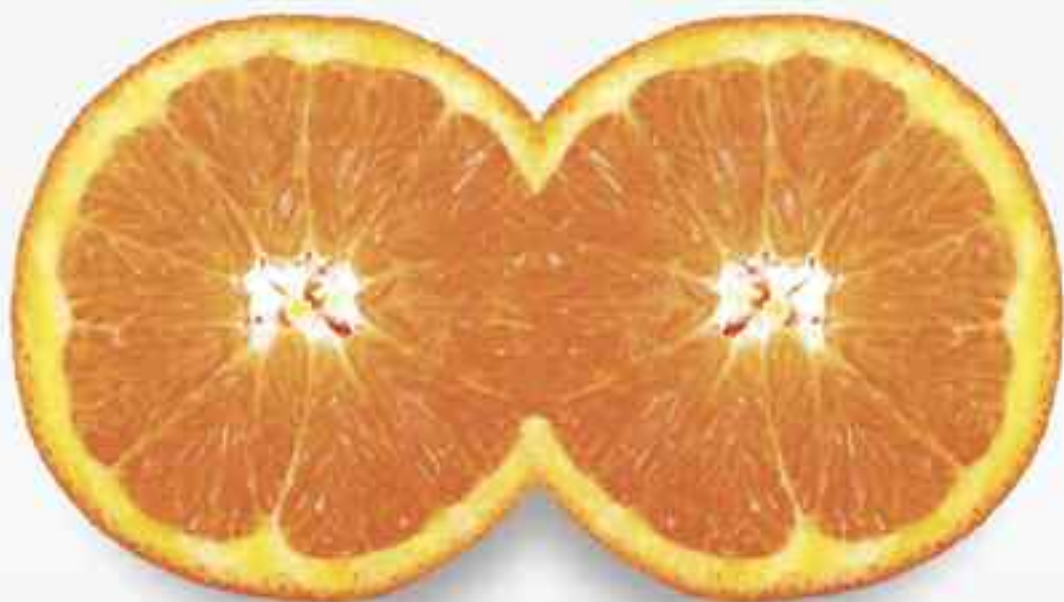
Il distretto delle ceramiche vive da decenni una vera e propria emergenza infrastrutturale che penalizza sensibilmente l'industria. Alla crescita industriale ed economica del territorio non è infatti seguita un'adeguata pianificazione e realizzazione delle diverse infrastrutture, a causa di forti rallentamenti nelle scelte strategiche - infrastrutturali e

vari impedimenti burocratici che hanno penalizzato l'intera industria ceramica. Numerosi sono i progetti

La bretella autostradale da Modena a Sassuolo aggancerebbe il territorio al resto del Paese

legati allo sviluppo delle reti ferroviarie ancora bloccati o in fase di attuazione. Il completamento delle infrastrutture ferroviarie al servizio del distretto della ceramica, nel quadro del progetto dell'Alta Capacità, consentirebbe di convogliare il 50% delle merci del comprensorio, con il vantaggio di ridurre l'inquinamento veicolare nella

zona, di velocizzare i trasporti via gomma e di favorire quindi la mobilità su tutto il territorio. *"Siamo l'eccellenza, la Ferrari della ceramica - spiega Alfonso Panzani, presidente di Confindustria Ceramica, l'associazione che raggruppa le industrie del settore e proprietario della Settecento, una delle tante aziende del comprensorio (secondo Databank sono 327 quelle operanti nell'area) - il problema è che presto sul mercato dovremo fare i conti anche con l'India, il Brasile e noi siamo ancora qui ad aspettare infrastrutture vitali. In primis la bretella autostradale da Modena a Sassuolo che con una decina di chilometri ci allaccerebbe all'Europa, liberando il territorio dai camion."* ■



più valore alla freschezza
più potenza al tuo business

la soluzione per chi non si arrende



www.dispensa logistics.it



QUANDO POTREMO CONTARE SULLO SPORTELLO UNICO?

A questa realtà, al momento solo allo stato virtuale, gli operatori potranno inviare telematicamente le dichiarazioni import/export, ottenendo un unico Atto amministrativo di appuntamento.

di **Stefano Morelli**

Lo sdoganamento di una merce può comportare il controllo di oltre 70 documenti, da parte di una ventina di enti e soggetti differenti con relative attese di esito, che inevitabilmente comportano un aumento di costi e tempi molto dilatati e improduttivi di “fermo merci”. Il tutto con perdita di competitività, a favore dei competitor europei. Lo “sportello unico” sarebbe di aiuto al rilancio di tutto il sistema doganale nazionale in ogni situazione operativa-portuale, aereoportuale e terrestre, convergendo verso un unico “momento”, nello stesso luogo, tutte le attività di controllo previste dalle norme vigenti in materia, soprattutto in questo frangente di crisi economica.

Lo sportello unico consiste in una struttura “virtuale” che collega tutte le autorità/enti interessati da una transazione commerciale internazionale; a tale struttura gli operatori economici possono, o meglio potranno, trasmettere telematicamente le proprie dichiarazioni import/export, ottenendo di ritorno un unico Atto amministrativo di appuntamento. Lo sportello unico

doganale, quando vedrà la sua applicazione, rappresenterà il punto di incontro del “momento doganale” tra la P.A. e gli operatori economici, un interlocutore unico per tutti gli atti amministrativi che riguardano l’espletamento delle operazioni doganali. Potrà essere uno strumento per promuovere la “filiera logistica Italia”, a costi ridotti, mediante recupero di efficienza e pertanto

**La struttura
potrà svolgere
funzione
di promotore
della “filiera
logistica Italia”
a costi contenuti**

uno strumento in più per attrarre anche nuovi traffici da operare doganalmente per le successive destinazioni comunitarie di consumo. Quali i vantaggi? Incrementare il fatturato degli attori logistici, quindi con la creazione di nuovi posti di lavoro; aumentare gli introiti per l’erario nazionale, poiché il 25% dei dazi versati alla Comunità Europea ritorna nelle casse dei Paesi dell’Unione che hanno “sdoganato” l’importazione comunitaria.

Un dato: in Olanda vengono espletati circa 60 milioni di operazioni dogana-

nali l’anno, mentre in Italia circa 12 milioni, ma molte di queste operazioni “olandesi” riguardano merci destinate e/o provenienti dall’Italia (!). E’ da ricordare che lo sportello unico è stato previsto con la legge del dicembre 2003, la n. 350 art. 4, e con Legge finanziaria per l’anno 2004. Successivamente, anche il Legislatore comunitario con il Regolamento CE n. 648 del 13.04.2005 art.13 e con il Regolamento CE n. 450 (codice doganale modernizzato) del 23 aprile 2008, ha previsto in ambito comunitario uno sportello unico, vedi art.26 (Reg.CE 450/08) intitolato “Collabora-



zione fra autorità “ , tratto dal 1° comma, che prevede quanto segue: “... le autorità doganali si impegnano, in stretta collaborazione con le altre autorità, a far effettuare tali controlli, ogni qualvolta possibile, contemporaneamente e nello stesso luogo in cui si effettuano i controlli doganali (sportello unico)...; a tal fine, le autorità doganali svolgono il ruolo di coordinamento.”

Possiamo affermare che la Legge del dicembre 2003 n. 350 ha anticipato i dettami comunitari, ma - ci chiediamo - ci sarà da attendere ancora a lungo per vedere realizzati i decreti attuativi dello sportello unico nazionale? L'attuazione di questo Istituto è indispensabile per avere una interpretazione uniforme della norma, per migliorare il processo e conseguentemente per aumentare la sicurezza ed effettuare controlli efficaci e mirati. ■



Da 30 anni
contribuiamo al successo
dei nostri clienti
offrendo soluzioni innovative
ed altamente personalizzate.



warehousing
anche Inhouse Outsourcing®

value added services
co-packing beni industriali e largo consumo

distribution
nazionale ed internazionale



www.sogema.it

Via Magellano, 22/24 21054 Fagnano Olona (VA) Italia
Tel. +39 0331 61371 Fax +39 0331 613711 info@sogema.it

TRIESTE-MONFALCONE UN PORTO SUPERSTAR

Il comprensorio portuale nordestino punta a divenire il primo scalo dell'Europa Centro Orientale. Con appoggio e soldi di Unicredit.

di **Paolo Nassimbeni**

Unicredit, il colosso bancario italo-tedesco, si trasforma in sviluppatore logistico scegliendo l'ambizioso obiettivo di rendere il comprensorio portuale di Trieste - Monfalcone il primo porto d'Italia, o meglio il primo porto del proprio naturale mercato d'influenza economica e geopolitica: l'Europa Centro Orientale. Lo fa rivoluzionando, da privato, lo schema tipico degli investimenti infrastrutturali in Italia ovvero concentrando il proprio massimo sforzo su un unico obiettivo, un unico sito (Trieste e Monfalcone distano poco più di 20 chilometri tra loro).

Promotore di questo ambizioso progetto il vulcanico vicepresidente di Unicredit (e non solo) Fabrizio Palenzona, il quale già a partire dalla scorsa primavera ha iniziato a tessere con grande riservatezza una fitta tela con le istituzioni e alcuni grandi operatori locali e internazionali tanto da ricevere, in occasione della presentazione ufficiale del progetto avvenuta lo scorso 5 febbraio, la benedizione ufficiale del Governo tramite il ministro Franco Frattini e il sottosegretario Gianni Letta.

L'obiettivo è dunque quello di trasformare due porti, localmente importanti ma irrilevanti sullo scacchiere continentale, nel gateway primario delle

merci provenienti dal bacino mediterraneo, dal Medio Oriente e parte dei flussi dal Far East e destinate verso nord

Stime hanno rilevato che il mercato potenziale dello scalo al 2020 si attesta intorno a 4 milioni di teu/anno

circa 4 milioni di teu/anno.

L'investimento complessivo è stimato in oltre 1 miliardo di euro, di cui circa il 70% di fonte privata (288 milioni di euro per il raddoppio del molo VII di Trieste e 424 per il nuovo terminal contenitori di

Monfalcone) e il restante 30% proveniente da fonte pubblica (240 milioni e 50 milioni di euro per gli interventi sulla rete ferroviaria e stradale). A sua volta la componente privata sarà costituita per il 30% da equity e per il 70% da debito ventennale.

Lo sviluppo del progetto Trieste-Monfalcone è stato affidato a Unicredit Logistics, società di scopo di recentissima costituzione e ora interamente controllata da Unicredit Corporate Banking, che con ogni probabilità aprirà il proprio capitale ad alcuni dei maggiori gruppi finanziari e industriali italiani e internazionali: Generali, Abertis, Argo Finanziaria, Sintonia (Benetton) e Ferrovie dello Stato quelli più probabili. I ristrettissimi tempi di realizzazione del progetto (3/4 anni) dettati da Unicredit e la dimensione insolita del progetto ri-



LA POSIZIONE STRATEGICA DEL GOLFO DI TRIESTE



DISTANZE MEDIE (Km)

	Vienna	Monaco	Stoccarda	Praga	Kiev
Trieste	500	500	700	800	1.700
Rotterdam	1.200	800	600	900	2.000
Amburgo	650	800	700	650	1.700

Fonte: Elaborazioni ISTIIE su dati operatori

chiedono l'adozione di soluzioni formali e operative differenti da quelle tipicamente previste per i progetti di sviluppo portuale. L'impostazione di progetto prevede infatti che la Regione e il Governo assumano, attraverso lo strumento dell'intesa Stato-Regione e la nomina di un commissario straordinario, un ruolo di cabina di regia, indispensabile per la coesione del progetto, e che coordinino l'attività di pianificazione e accelerino il processo di permitting, consentendo l'ottimale inserimento dei privati e dei loro capitali nel progetto.

Il progetto, ormai ribattezzato dagli addetti ai lavori "superporto", prevede lo sviluppo delle principali infrastrutture portuali di Trieste e Monfalcone; in par-

FASE 1

- Raddoppio del molo VII (terminal contenitori) di Trieste
- Realizzazione della piattaforma logistica di Trieste
- Realizzazione del nuovo container terminal di Monfalcone
- Opere ferroviarie e stradali relative al miglioramento e potenziamento degli attuali raccordi di sbocco

Capacità effettiva post Fase 1

- Molo VII: 1,2 M TEU
- Monfalcone: 2,0 M TEU

Totale: 3,2 M TEU

ticolare il graduale potenziamento del terminal contenitori di Trieste (attualmente gestito da Trieste Marine Terminal del Gruppo Maneschi) e la realizzazione di un nuovo terminal container a Monfalcone. Il programma di esecuzione prevede due fasi successive, in fun-

zione dello sviluppo dei flussi attratti al nuovo complesso portuale.

Una parte fondamentale del progetto è rappresentata dal programma di potenziamento della capacità di trasporto stradale e ferroviaria installata nell'area interessata dal progetto. Attualmente il numero di teu che la rete stradale e ferroviaria che serve Trieste e Monfalcone è in grado di recepire è pari rispettivamente a 800.000 e 660.000 teu per la modalità stradale e 600.000 e 140.000 teu per quella ferroviaria. Questi numeri evidenziano come, senza un adeguato sviluppo delle reti trasportistiche, il grande progetto portuale rischierebbe di nascere strozzato dai colli di bottiglia stradale e ferroviario.

Se gli interventi previsti per la rete stradale sono contenuti (potenziamento degli svincoli porto-autostrada a Monfalcone e Trieste; eliminazione del casello autostradale del Lisert) e si inte-

grano con la realizzazione della terza corsia dell'Autostrada A4, gli interventi sulla rete ferroviaria sono necessariamente più ambiziosi prevedendo il miglioramento delle linee di raccordo attorno a Monfalcone e della linea Monfalcone - Udine (verso il valico di Tarvi ->

CLASS

Cooperative Logistica Associate



PROGETTAZIONE & SVILUPPO

GESTIONE MAGAZZINI

CONTI LAVORAZIONE

NOLEGGIO E MANUTENZIONI
SERVOMEZZI

SERVIZI GENERALI



Via Idiomi, 3/24 - 20090 Assago (MI)

Tel. 02 488 7171 - Fax 02 4571 3607

www.class-spa.it

Gruppo FBH

FASE 2

- Realizzazione del molo VIII di Trieste
- Collegamento ferroviario Trieste - Ronchi dei Legionari (Gorizia) e potenziamento della viabilità stradale

Capacità effettiva post Fase 2

- Molo VII: 1,2 M TEU
- Molo VIII: 2,3 M TEU
- Monfalcone: 2,0 M TEU

sio); la realizzazione di un vero terminal ferroviario presso il porto di Monfalcone; il raddoppio della linea presso lo svincolo Udine - Venezia; il raddoppio della circonvallazione di Udine. L'insieme di questi interventi permetterebbe di accrescere quindi la capacità di afflusso/deflusso dagli attuali 2,2 milioni di teu a un massimo di teu 7,2 milioni.

Unicredit appare dunque come un "Deus ex machina" capace di dare un positivo scossone a un complesso portuale e a una città, Trieste, da troppo tempo cristallizzata da interessi locali in continuo conflitto e da una forte concorrenza internazionale. Le ricadute positive del progetto potrebbero essere rilevanti sia in termini di indotto (il moltiplicatore del reddito legato agli investimenti in logistica è di 2,7 mentre quello relativo all'occupazione è circa 2) sia di ulteriori investimenti e/o migliore sfruttamento di quelli già realizzati (in particolare le piattaforme logistiche di Trieste, Gorizia, Cervignano e Pordenone).

Come era lecito attendersi, un progetto così ambizioso ha immediatamente sollevato forti interessi e acceso il dibattito. In particolare, il soggetto più direttamente coinvolto, ovvero Claudio Boniccioli, presidente dell'Autorità Portuale di Trieste, pur sinceramente interessato e favorevole allo sviluppo del mega progetto, ha infatti messo in guardia i promotori dal sottovalutare le difficoltà tipiche di ogni grande progetto infrastrutturale in Italia (soprattutto vista la minima durata prevista del progetto) e dal sovrastimare la capacità di attrarre volumi di traffico sufficienti a generare il cash flow necessario a sostenere un progetto così ambizioso.

Starà ora alle capacità dei promotori saper conciliare gli interessi locali e persuadere con argomenti concreti i grandi gestori dei traffici internazionali (le compagnie dello shipping in primis) a sposare il progetto e a scegliere la via adriatica per le loro merci. Certo è che se non riuscirà a sbloccare la situazione Unicredit (a partire dai finanziamenti bloccati a Roma per la piattaforma logistica), non si sa chi riuscirà mai a farlo. ■

Gestire, organizzare, muovere.
Il magazzino sotto controllo.

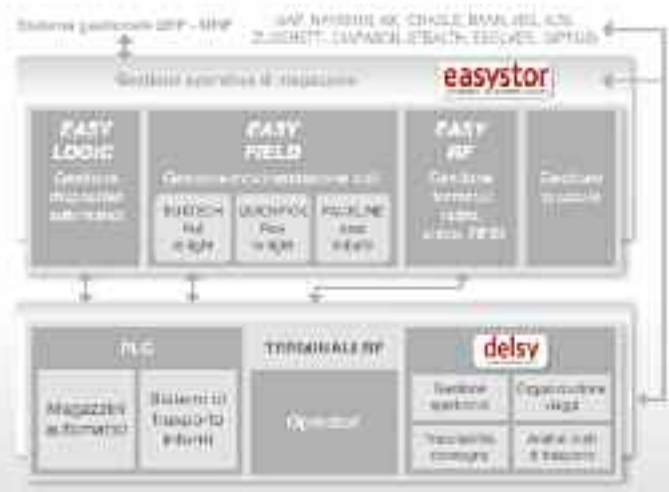


easystor

warehouse management system

Suite per la gestione operativa di magazzino.

Uno strumento che gestisce le attività logistiche di magazzino, in grado di razionalizzare i movimenti e di ridurre gli errori. Easystor è tutto questo. Un software che risponde alle esigenze più complesse, con un'architettura modulare multi-cliente, multi-magazzino e multi-lingua. Easystor permette di controllare operazioni automatiche o manuali, dal ricevimento merci fino alla spedizione, gestendo il magazzino al minor costo possibile e con un rapido ritorno dell'investimento.



PERFORMER
crescita produttività e statistiche



P.A.M.S.
analisi predittiva potenziale situazioni critiche/guasti



Provincia di Milano
 Comune di Settala

AFFITTASI



log. trasp.

Distanza: 12 km da Milano strada per A1A/VA
Magezzino: ca. mq. 4.000 a mq. 13.000
R. Ribalto: doppio fronte strada H. mt. 10,00
Office: in base ad igény
Nota: senza infragiti dall'attuale logistica

Provincia di Catania
 Comune di Catania

**VENDESI
 AFFITTASI**



logistica

Distanza: 7 km da centro Catania
Magezzino: mq. 4.000 H. mt. 12,00
R. Ribalto: 30
Office: mq. 500
Nota: immobile in fronte ribalta, di nuova costruzione, impianto con solar, area piazzati

Provincia di Milano
 Comune di Milano

AFFITTASI



trasporti

Distanza: 14 km A4, 11 km A1A/SO
Magezzino: mq. 7.000 H. mt. 6,00
R. Ribalto: 40 ca.
Office: mq. 1.200
Nota: immobile doppio fronte ribalta, aff. momento possibilista per servizio Milano città (fronte principale est)

Provincia di Milano
 Comune di Vignate

**VENDESI
 AFFITTASI**



trasporti

Distanza: 13 km da Milano
Magezzino: mq. 5.000 H. mt. 7,30
R. Ribalto: 68
Office: mq. 1.450
Nota: immobile in fronte ribalta, di recente costruzione, ideale per comodi e spaziosi uffici, interessante location in ottima area della nuova Bre-bei

Provincia di Milano
 Comune di Melograno vicine

**VENDESI
 AFFITTASI**



trasp. log. distr.

Distanza: 12,5 km da Milano
Magezzino: mq. 10.000 H. mt. 12,00
R. Ribalto: in base ad igény
Office: in base ad igény
Nota: immobile uno/due fronti ribalta, ottimismo economico, possibilità di finanziamento

Provincia di Frosinone
 Comune di Anagni

**VENDESI
 AFFITTASI**



logistica

Distanza: 34 km da diramazione Roma sud, 26 km da Frosinone, 6 km da sottobassa A1 casello Anagni/Fregene
Magezzino: mq. 21.441 H. mt. 6,50
R. Ribalto: in base ad igény
Office: mq. 500
Nota: d'investire in moduli di superficie variabile da mq. 320 a mq. 6500 circa, pronti consegna, prezzi interessanti

Provincia di Lodi
 Comune Tavazzano con Villavado

AFFITTASI



logistica

Distanza: 6 km da Lodi
Magezzino: mq. 27.000 H. mt. 10,00
R. Ribalto: 100
Office: mq. 3.000
Nota: immobile in po fronte ribalta, recente, possibilità di finanziamento in 100% da 3.000 mq.

Provincia di Novara
 Comune di Biancorte

AFFITTASI



log. trasp.

Distanza: 50 km da Milano
Magezzino: mq. 50.000 H. mt. 10,50
R. Ribalto: 60 circa
Office: in base ad igény
Nota: possibilità finanziamenti da mq. 5.000, Comuni di logistica interessanti, fronte consegna, ottimo future.





Fotolia.com

UNA FILIERA LUNGA, MA PROFESSIONALE

Ragioni strutturali, economiche, normative, geografiche e climatiche sono alla radice di un fenomeno tutto italiano, quello dell'elevata lunghezza della supply chain del farmaco. Un fatto di per sé non negativo, anche perché si è in presenza di un business molto controllato che necessita di essere sapientemente orchestrato. Su tutto questo aleggia poi la crisi in atto e la prossima scadenza di brevetti farmaceutici.

di **Alessia Furia e Ornella Giola**



PINA PUTZULU
Business development manager - healthcare sector

DHL SUPPLY CHAIN



MONICA MUTTI
Direttore tecnico

DI FARCO

La supply chain del farmaco è in Italia molto più lunga rispetto ad altri Paesi europei. Quali i motivi?

La complessità del quadro normativo italiano è certo uno dei nostri elementi di peculiarità. Cinque grandi categorie di attori: industria farmaceutica, operatori logistici storicamente definiti “depositari”, distribuzione intermedia e, infine, farmacie e ospedali, agiscono e interagiscono per far in modo che il farmaco arrivi ovunque, in qualsiasi momento e per chiunque ne abbia bisogno. Ed è proprio la necessità di assicurare una distribuzione capillare e tempestiva, in un contesto fortemente regolamentato, unita alla specificità morfologica e infrastrutturale del nostro Paese, a rendere impegnative le attività di distribuzione di un bene che ha nel fattore tempo un elemento essenziale.

La crisi economica quali impatti sta avendo e avrà sugli attori della filiera?

Il continuo taglio dei prezzi e i continui cambiamenti hanno fatto dell'Italia un Paese poco attraente per le multinazionali farmaceutiche. Ma se la diminuzione dei margini per le aziende significa razionalizzare i propri costi e concentrare le risorse sul core business, per le società di logistica si aprono nuove opportunità. Oggi gli operatori logistici - oltre a ricoprire il tradizionale ruolo di collegamento tra l'industria farmaceutica e i clienti finali - intendono certamente porsi come partner dinamici capaci di offrire nuovi e maggiori servizi funzionali alla crescita dell'intero comparto.

La scadenza dei brevetti farmaceutici col conseguente aumento delle tipologie di farmaci quale impatto determinerà sul settore?

La crescita consistente del farmaco generico porta certamente a un mercato meno differenziato che in passato. Credo che la sfida competitiva sarà sempre più vincolata al servizio post-vendita e all'offerta di plus chiaramente visibili al cliente che costituiranno il vero valore aggiunto. Le imprese che vorranno mantenere la leadership dovranno passare dall'essere produttori di farmaci all'essere anche fornitori di servizi. Per questo, ma anche per avere maggiore controllo sulla filiera, indispensabile per combattere i crescenti fenomeni di contraffazione e parallel trade, l'industria oggi tende a essere più focalizzata nel gestire direttamente il punto vendita finale.

Certamente la conformazione del territorio condiziona pesantemente i tempi di percorrenza e i lead time delle consegne. Abbiamo peraltro una rete stradale e autostradale che nei pressi delle grandi città e dei grandi agglomerati urbani mostra decisamente i suoi limiti. Inoltre, al contrario di altri Paesi dell'Unione Europea, non siamo stati capaci di sfruttare altre risorse che avremmo potuto potenziare, lasciando la totalità delle spedizioni al trasporto su gomma. C'è poi il limite oggettivo delle condizioni di conservazione del farmaco imposte dalla normativa cogente che, se da un lato è a tutela della salute del cittadino, dall'altra limita la scelta di soluzioni alternative.

In questi casi si ha una selezione del mercato con la riduzione del numero complessivo degli operatori del settore. La contrazione del mercato e la riduzione dei consumi pesano fortemente sui bilanci aziendali e la ricerca di aree di risparmio assume un ruolo fondamentale, spingendo le aziende a cercare soluzioni e alternative nuove. Soprattutto nell'ambito dell'outsourcing questo si traduce in nuove opportunità. Aumentare la gamma dei servizi, innovare e investire in ricerca e sviluppo possono essere le risposte migliori per prepararsi a uscire dalla crisi. Superata la fase più critica solo le aziende che saranno pronte alle sfide future potranno competere.

Sarà logico aspettarsi entro il 2011 un incremento del generico dovuto essenzialmente all'elevato numero di farmaci che perderanno la copertura brevettuale. Tale crescita porterà a una flessione dei farmaci brandizzati non più coperti da brevetto, che lascerà pressoché inalterato il volume complessivo movimentato. Il mercato del generico è caratterizzato da una forte concentrazione delle aziende che commercializzano queste molecole (sei aziende coprono il 90 % del mercato). Ci saranno buone prospettive per gli operatori che distribuiscono questi prodotti, mentre un calo generalizzato si dovrebbe registrare sulla movimentazione delle molecole in scadenza.



FIEGE LOGISTICS ITALIA

ALESSANDRO ROSSETTI
Managing director
divisione pharma

La supply chain del farmaco è in Italia molto più lunga rispetto ad altri Paesi europei. Quali i motivi?

La presenza di un operatore logistico a monte della distribuzione propriamente detta, di grossisti e farmacie è un fenomeno tipicamente italiano e di lunga data. Un modello fortemente voluto dall'industria farmaceutica che garantisce una certa indipendenza dalle logiche di mercato e commerciali e una pluralità di servizi offerti. Quest'esigenza può difficilmente essere soddisfatta in toto da parte dei soli grossisti.

La crisi economica quali impatti sta avendo e avrà sugli attori della filiera?

Attualmente siamo alle prese con una sofferenza finanziaria da parte degli operatori, dei distributori e dei grossisti che si riflette inevitabilmente a valle verso i fornitori anche strategici; il settore dei trasporti è un esempio ben rappresentativo.

La scadenza dei brevetti farmaceutici col conseguente aumento delle tipologie di farmaci quale impatto determinerà sul settore?

Si arriverà a una ricerca spinta delle Big Pharma, che più di altre si trovano e si troveranno in difficoltà per i prodotti 'off patent', verso la ricerca di savings e sinergie: da qui l'accelerata verso il fenomeno "M&A". Questa situazione porta continui mutamenti nella geografia distributiva e migrazioni repentine di clienti da un provider logistico all'altro.



CHIAPPAROLI LOGISTICA

SPARTACO CHIAPPAROLI
Direzione acquisti e trasporti

Tale situazione non è in termini generali un fatto particolarmente positivo. Ciò si verifica soprattutto nella seconda fase della filiera, dal depositario in poi, ed è dovuto a differenti ragioni strutturali oltre che economiche, quali la conformazione geografica della nostra penisola, la capillarità della distribuzione e la struttura delle reti autostradali e stradali che esige numerosi players locali. Tutta la filiera del farmaco (e quindi anche la logistica e la distribuzione) è un business altamente controllato che deve essere sapientemente orchestrato. La qualità e la sicurezza del servizio richiedono professionalità, impegno e sicuramente investimenti adeguati.

In una realtà di mercato come l'attuale, condizionata da macro fusioni di aziende importanti del farmaceutico, bisogna essere sempre pronti a cogliere le opportunità e ad affrontare le minacce che il mercato presenta. Tra le opportunità più grandi vi è la richiesta, da parte delle grandi aziende farmaceutiche, di KPI sempre più elevati che circoscrivono lo standard di servizio richiesto e lasciano spazio solo ai protagonisti migliori. Inoltre, vi è la richiesta sempre più diffusa di servizi aggiuntivi, diversificati, che permettono a chi li eroga di addentrarsi nelle realtà di mercato, coprendo interamente tutti i settori e diventando in tal modo indispensabile e insostituibile.

La maggiore competizione fra produttori dovrebbe favorire più produzione e un prezzo inferiore del prodotto con vantaggi per il consumatore. Nella realtà questo risultato non è detto si possa sempre manifestare. Il mercato dei farmaci generici è da qualche anno in costante crescita, caratterizzato da un numero di aziende produttrici e di prodotti in aumento. Con la scadenza di protezione brevettuale contemporanea di numerosi farmaci ad altissima rotazione, i cosiddetti "blockbusters", la competizione delle aziende farmaceutiche diventerà più aspra e maggiori saranno le richieste che queste faranno ai loro partner.

>



ASSORAM

ROBERTO
JACOPETTI
Presidente

DAFNE

RODOLFO
CALONI
Consigliere
delegato

La supply chain del farmaco è in Italia molto più lunga rispetto ad altri Paesi europei. Quali i motivi?

Ciò che incide su tale situazione è la condizione geografica e del trasporto merci del nostro Paese. L'Italia è lunga e stretta e il 90% della distribuzione avviene su gomma. A ciò va aggiunto il fatto che la tempistica nel servizio di consegne avviene con orari molto differenziati dal Nord al Sud. I distributori intermedi e quelli primari (depositari e concessionari che Assoram rappresenta) sono sottoposti a un forte stress a causa di flussi di filiera altissimi nel quotidiano (con consegne 3, 4 e anche 5 volte nella giornata), con gli stock da alimentare in continuazione e un numero di ordini assai elevato; infatti sono oltre 200 i magazzini da servire in tutto il territorio nazionale.

La crisi economica quali impatti sta avendo e avrà sugli attori della filiera?

La crisi è un fatto, solo che gli attori ai vari livelli del settore hanno agito al tempo stesso da vittime e carnefici, seguendo il motto del "mors tua vita mea", dando vita a una concorrenza stressata, impostata sulla lotta al ribasso. Una scelta questa molto pericolosa per un prodotto come il farmaco, per il quale le industrie cercano di fare saving dove possono, creando stress – ad esempio – nelle gare d'appalto. Il trasportatore che opera a valle del nostro punto è poi ancora l'anello più debole dal punto di vista della qualità, sentendosi talvolta deresponsabilizzato nei confronti di certe norme, il che crea una situazione anomala e rischiosa.

La scadenza dei brevetti farmaceutici col conseguente aumento delle tipologie di farmaci quale impatto determinerà sul settore??

La scadenza dei brevetti andrà a incrementare la massa dei prodotti generici/equivalenti e rappresenterà senza dubbio un'opportunità di crescita come lo sono i farmaci mirati e lo sono stati – per esempio – i vaccini specifici inviati dall'industria farmaceutica tramite i punti logistici. Quanto ai farmaci mirati saranno un'opportunità anche per i pazienti che potranno contare su terapie decisamente più specifiche e mirate al singolo sintomo.

La filiera del farmaco ha un operatore, il depositario, ancora poco presente in altri Paesi; è un importante partner logistico plurimandatario cui fa ricorso la quasi totalità delle aziende pharma; mette in campo strutture e organizzazione tali da dare efficienza al sistema distributivo del farmaco, ottimizzando, grazie a economie di scala, servizi e trasporti con consegne dedicate. Questa catena, se pur allungata, non aumenta i tempi di resa e la qualità del servizio è tra i più efficienti al mondo grazie anche alla numerosità dei grossisti e alla capillarità dei loro magazzini, vicini al punto vendita; aspetto significativo se rapportato specie alla criticità morfologica e climatica del nostro Paese.

Le difficoltà del mercato sono evidenti: in Italia, per esempio, si investe ancora troppo poco in ricerca, il mercato è stagnante; i ripetuti provvedimenti ministeriali di riduzione dei prezzi e dei margini, già tra i più bassi dei Paesi industrializzati, impongono nuovi approcci strategici da parte dei diversi operatori della filiera e una crescente velocità e flessibilità decisionale. Che la crisi sia evidente trova riscontro anche nel numero crescente di fusioni, acquisizioni, ristrutturazioni con contrazione di personale che si registrano specie tra i produttori e i distributori, al fine di fronteggiare una situazione di mercato non positiva.

Avrà un impatto senza dubbio positivo sui pazienti/consumatori e sul SSN per una sempre maggior disponibilità di farmaci equivalenti o generici a più basso prezzo rispetto al prodotto di marca. Comporterà, di contro, un impegno ancor più rilevante da parte delle aziende pharma nell'ottimizzare le proprie risorse e nel ricercare nuovi farmaci, nuove modalità di somministrazione e nuovi servizi per i pazienti. Assisteremo a ulteriori acquisizioni e fusioni, dettate dall'esigenza di trovare soprattutto partner (con un portafoglio prodotti) che possano dare nuove opportunità di sviluppo, ampliare le aree terapeutiche di interesse e conseguire massa critica. ■

MAGAZZINO SATURO? LA TUA LOGISTICA È LENTA ED AFFATICATA?



GRUPPO LDI: IL TRATTAMENTO GIUSTO PER TUTTI I DISTURBI DELLA LOGISTICA

Quando la logistica non opera al meglio tutto il complesso sistema di distribuzione ne viene irrimediabilmente compromesso. La soluzione Gruppo LDI risolve rapidamente, efficacemente ed in maniera definitiva tutti i disturbi della logistica che causano una cattiva distribuzione e che possono arrivare a produrre danni nell'intera supply chain. Grazie ai suoi principi attivi (lunga esperienza, grande competenza, massima professionalità, innovazione continua e costante ascolto del cliente), Gruppo LDI è un'eccezionale cura per tutti i disturbi derivati da una logistica inefficiente. L'uso continuativo ed in dosi massicce della soluzione Gruppo LDI garantisce un generale miglioramento dello stato di salute aziendale ed un aumento della competitività.

GRUPPO
Logistico

www.logd.it

PHARMINTECH ORA È ANCORA PIU' COMPLETA

Alle tecnologie di prodotti e servizi per l'indotto farmaceutico la manifestazione abbina per la prima volta le aziende del contract.

a cura di **Anna Mori**

Pharmintech, fiera specializzata dell'industria e dei servizi dell'indotto farmaceutico si apre a Bologna il 12 maggio prossimo. Sarà un'edizione all'insegna di prospettive favorevoli: più completa, più internazionale, più matura e sempre meglio al servizio della business community mondiale dell'industria farmaceutica e parafarmaceutica. La manifestazione,


giunta alla terza edizione, gode del sostegno di tutte le più rappresentative associazioni del comparto farmaceutico ed è presieduta dal numero uno di Farmindustria, Sergio Dompé. A poco meno di un mese dall'inaugurazione e mentre ancora si registrano nuove adesioni, gli espositori iscritti sono 300, il 10% in più della passata edizione, con il 41% di nuove entrate. I mq di superficie espositiva arrivano a quota 7 mila, occupando i padiglioni 22 e 19 di Bolognafiere. L'edizione 2010 si segnala per il marcato carattere internazionale: proviene dall'estero ben il 35% degli espositori, con una significativa presenza (54%) dalla Germania. Sensibile l'interesse che la manifestazione riscuote all'estero anche sul versante dei visitatori (oltre 1000 adesioni dall'avvio delle pre-registrazioni online, con una consistente percentuale estera), con 70 delegati provenienti da 23 Paesi.

Elemento principale d'attrazione per la manifestazione è il panorama merceologico completo e omogeneamente assortito, che in prima linea schiera il macrosettore ormai identificato come "indotto Pharmintech". Si tratta della parte della filiera a monte della produzione dei farmaci e dei parafarmaci, rappresentata da materie prime, tecnologie di processo e confezionamento, attrezzature ausiliarie e servizi. Pharmintech 2010 si connota anche per il debutto delle aziende che offrono servizi conto

terzi - produzione e confezionamento - all'industria farmaceutica. Accanto a questa novità sul versante merceologico-espositivo, la fiera presenta due aree dedicate a ricerca e innovazioni. Le attività di dieci università italiane impegnate nello sviluppo di tecnologie farmaceutiche, saranno presentate nello spazio "Incontrare il futuro. Università e Ricerca in fiera", promosso da Ipack-Ima Spa con il sostegno di Farmindustria.

Le ultime innovazioni tecnologiche degli espositori saranno invece presentate nella vetrina dell' "Innovation Corner" (padiglione 22) a disposizione dei visitatori che potranno scegliere fra 6 presentazioni giornaliere della durata di un'ora ciascuna. *La giornata del 13 maggio sarà focalizzata sulla tracciabilità del farmaco.* Previsto inoltre un programma di convegni di prestigio, a partire dall'evento realizzato da Ipack-Ima spa insieme alle associazioni internazionali ISPE e PDA, che prende il via alla vigilia dell'inaugurazione della fiera. Uno dei momenti qualificanti del programma è la presentazione del Rapporto dell'Osservatorio Pharmintech, il progetto di ricerca sostenuto da Ipack-Ima Spa e coordinato dal ricercatore CRN e segretario del Gruppo Economisti d'Impresa, Giampaolo Vitali. Il rapporto, giunto alla terza edizione, farà il punto sul ruolo dell'industria a monte della produzione farmaceutica e parafarmaceutica. ■





FIEGE LOGISTICS. DIVISIONE FARMA – HEALTHCARE .
CON LA CONOSCENZA SI FANNO LE COSE CON LE COMPETENZE SI FA LA DIFFERENZA .

La nostra presenza decennale, in un settore dove le conoscenze tecniche e normative sono un requisito indispensabile, ci ha portati a maturare competenze, che ogni giorno mettiamo a disposizione dell'Industria Farmaceutica e dell'Healthcare.

La nostra cultura internazionale e la nostra attitudine alla creazione di rapporti di lungo periodo, ci hanno consentito di sviluppare, insieme ai nostri Clienti, soluzioni „Tailor Made“ non solo nell'ambito della logistica tradizionale ma anche nei servizi a valore aggiunto, come il confezionamento secondario,



FIEGE

The World of Logistics

LOGISTICA SANITARIA MEGLIO CENTRALIZZATA

Quali i passi e le procedure tecnico-metodologiche per favorire un cambiamento non più procrastinabile. L'esempio delle Aree Vaste.

di **Alessandro Pacelli** e **Matteo Lombardi**

Partners Opta

Lintegrazione dei processi gestionali e tecnico-amministrativi offre concrete opportunità di ottimizzazione per un settore come quello della sanità, sempre più alla ricerca di strumenti e procedure utili a migliorare il servizio e a ridurre i costi di gestione. Per questo motivo, in molte regioni italiane, la legislazione già da alcuni anni sta fornendo le linee guida per procedere in questo senso.

In tale ambito, l'ottimizzazione dei processi logistici, e in particolare la centralizzazione delle scorte dei materiali attraverso la creazione di **centri logistici** in sostituzione dei molteplici magazzini farmacia ed economici presenti sul territorio, viene individuata come una delle principali opportunità di miglioramento. A titolo esemplificativo, in una regione di medie dimensioni esistono mediamente 15-20 unità sanitarie e/o aziende ospedaliere, mediamente ciascuna di queste dispone di 3-4 magazzini. Questi dati fanno comprendere bene l'attuale diffusione dei magazzini.

L'obiettivo della centralizzazione delle scorte è duplice: aumentare l'efficacia del servizio (disponibilità dei prodotti, tempestività e affidabilità delle consegne, flessibilità del sistema); ri-

duurre i costi complessivi del sistema. Proponiamo una riflessione sui passi necessari a una corretta progettazione della centralizzazione della logistica, con particolare attenzione agli aspetti tecnico-metodologici del percorso di cambiamento.

La gestione della logistica condiziona non solo i costi operativi, ma anche il servizio ospedaliero

(CLAV): l'Area Vasta è l'aggregazione di più Unità Socio Sanitarie e Aziende Ospedaliere create in alcune regioni per innescare il processo di centralizzazione degli approvvigionamenti e della logistica.

Una buona progettazione non può prescindere da una **conoscenza approfondita dello stato attuale** (strutture esistenti, personale, processi, aspetti critici e vincoli in essere). E' bene evidenziare l'elevato **livello di complessità della gestione della logistica dei materiali** (farmaci, dispositivi e materiale economico); la revisione e la riproget-

tazione dei sistemi attuali richiede pertanto alcune competenze specialistiche difficilmente reperibili nelle strutture ospedaliere, vincolo che può essere superato solo attingendo all'esterno del mondo strettamente sanitario. In prima battuta è opportuno svolgere le necessarie attività di indagine:

■ sopralluoghi nei magazzini esistenti e rilievo delle principali caratteristiche: layout, attrezzature, tecnologie e saturazione degli spazi;

■ acquisizione delle attuali procedure operative di gestione delle richieste dei

In particolare si fa riferimento allo studio effettuato da Opta, società di consulenza, specializzata nell'analisi e progettazione della supply chain, per la realizzazione di un centro logistico di **Area Vasta**

Fotolia.com



LA MICROLOGISTICA E' IMPORTANTE PER LA SICUREZZA DEI PAZIENTI

Il processo logistico inizia dalla prescrizione dei farmaci per la cura, fino alla somministrazione al paziente. Opta è perciò convinta che un progetto veramente efficace **non può prescindere da un completa revisione del processo**: la centralizzazione delle scorte (macrologistica) deve costituire l'“innesco” per introdurre strumenti anche a supporto della cosiddetta micrologistica, cioè dall'arrivo del farmaco in reparto fino alla somministrazione al paziente. Per tale motivo, la prescrizione in gestione informatizzata costituisce la naturale direzione verso cui tendere per rendere non solo più economica la gestione del processo logistico, ma anche più sicura per il paziente, cioè al riparo da inevitabili errori umani relativi ai processi finali che oggi non sono supportati da strumenti di aiuto informatizzati. Il tema dell'eliminazione degli errori (risk management) nella somministrazione del farmaco sta diventando sempre più importante, sia per l'impatto sociale e umano che tali errori possono causare, sia per i costi assicurativi degli ospedali che ormai sempre più sono legati all'attuazione di procedure ben definite che riducano oggettivamente la possibilità di commettere errori che causino danni ai pazienti. Anche per questo la logistica può dare un contributo fondamentale.

beni (dalle unità operative ai magazzini, dai magazzini ai fornitori) e di consegna degli stessi (dai magazzini alle unità operative);

■ interviste con i responsabili delle strutture e approfondimenti mirati con il personale diretto. L'obiettivo è radiografare l'organizzazione attuale: numero e qualifica degli addetti, mansioni svolte, tipologia e numero delle unità servite, procedure in uso per la gestione delle richieste, flusso delle informazioni e delle merci;

■ analisi dei dati relativi alla logistica delle strutture, allo scopo di acquisire i necessari dati quantitativi: costi attuali del servizio, righe caricate e righe preparate per le unità richiedenti, frequenze di consegna. Importante la stratificazione in base alla categoria merceologica (farmaci / dispositivi /

economale) e alla modalità di approvvigionamento (a scorta / a impiego diretto);

■ incontri con i responsabili delle Unità Sanitarie per acquisire conoscenza su eventuali vincoli o aspetti critici da tenere in considerazione (vincoli norma-

tivi, linee guida fornite dagli Enti preposti, contratti di outsourcing in essere, nuove strutture in corso di progettazione o realizzazione, dismissione di strutture esistenti).

Per giungere a una conoscenza adeguata è indispensabile accedere ai dati relativi ai flussi logistici forniti dai controller e dai responsabili delle strutture: tali dati devono essere letti sulla scorta di considerazioni di tipo qualitativo e, soprattutto, verificati dove possibile tramite riscontri diretti; infatti, la disomogeneità dei sistemi informativi, le differenze nelle classificazioni e il diverso approccio dei controller e dei responsabili richiedono una attenta interpretazione.

L'analisi dei magazzini porta a individuare i punti di debolezza di molte delle attuali strutture. Le esperienze di Opta evidenziano che si tratta spesso di criticità legate al fatto che gli spazi destinati ai magazzini non sono nati per tale destinazione d'uso, ma sono il risultato di un adattamento. Tra i problemi più comuni si riscontrano:

■ elevata frammentazione dei magazzi- >



ORGANIGRAMMA "PER FUNZIONI" DEL CLAV



ni (numero e loro ubicazione);

- strutture e attrezzature inadeguate allo stoccaggio, alla movimentazione e alla distribuzione delle merci;
- gestione inefficiente delle scorte, in quanto ogni singola sede di deposito acquista in modo indipendente in base al proprio fabbisogno;
- duplicazione di attività tra i diversi magazzini (emissione ordini, ricevimento, controllo e fatturazione della merce);
- elevata quantità di personale impiegato, anche a causa delle ridondanze di cui sopra;
- livello di informatizzazione elevabile, in particolare nella gestione delle richieste;
- scarsa affidabilità nella gestione dei dati relativi al processo logistico, con conseguenze quali debole tracciabilità dei prodotti, errori nelle giacenze, errori nei prodotti spediti, gestione delle scorte non ottimizzata.

Tali punti di debolezza non devono

stupire, in effetti l'attività core di un ospedale è quella di curare il paziente, non quella di movimentare i materiali: in realtà risulta sempre più evidente come la gestione della logistica condizioni pesantemente non solo i costi operativi, ma anche il servizio.

La progettazione dello stato futuro deve essere sufficientemente dettagliata da costituire una vera e propria

"linea guida esecutiva" per la concretizzazione del progetto. Tra gli aspetti che occorre definire con un livello di dettaglio sufficientemente adeguato è bene evidenziare:

L'elaborazione del progetto futuro deve prevedere "linee guida esecutive" per la sua effettiva concretizzazione

- struttura del CLAV: localizzazione territoriale, dimensionamento e layout, caratteristiche tecniche e impiantistiche dell'immobile;
- tecnologie per la logistica dei materiali all'interno del CLAV (attrezzature per stoccaggio, movimentazione e picking delle categorie merceologiche);

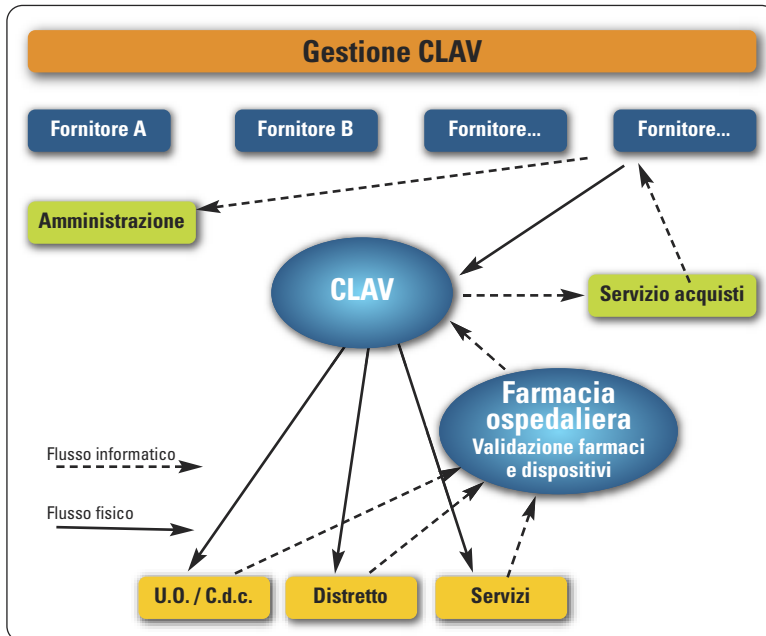
- infrastruttura IT (elaboratori, stampanti, palmari, lettori ottici, reti, sistemi operativi e applicativi di base, applicativo WMS, personalizzazioni e interfaccianti);

- definizione della struttura organizzativa e dei processi di funzionamento del CLAV, quali gestione ordini di acquisto, ricevimento merci, gestione richieste di consegna, gestione frequenze di consegna, tracciabilità prodotti, gestione scorte, gestione logistica di ritorno e così via;

- organizzazione dei trasporti da e verso i fornitori, i punti di consegna e le farmacie;

- adeguata pianificazione delle attività propedeutiche al processo di centralizzazione, alcune di natura tecnica (per esempio armonizzazione della codifica articoli), altre relative alla formazione del personale che sarà coinvolto nelle modifiche organizzative indispensabili.

MODELLO DI FUNZIONAMENTO DI UN'AREA VASTA



Relativamente al servizio, può risultare critico l'aspetto **legato alle emergenze** (consegne dei farmaci che devono avvenire nel giro di qualche ora): questo aspetto può generare diffidenza da parte degli operatori verso soluzioni di centralizzazione dei magazzini. La centralizzazione infatti presuppone un allontanamento del magazzino dall'ospedale (attualmente invece i magazzini farmacia sono per lo più disposti all'interno degli stessi ospedali), con la conseguente preoccupazione di aumentare i rischi di mancata consegna in tempi stretti. La pratica e l'esperienza di chi ha già iniziato un percorso di centralizzazione evidenzia che una corretta progettazione risolve tali giuste preoccupazioni. La fase di progettazione prosegue con la **valutazione dell'impatto economico e finanziario** della centralizzazione, attraverso la determinazione dei costi cessanti/sorgenti e dei relativi flussi di cassa previsti. Queste analisi permettono di valutare il ritorno dell'investimento e di quantificare l'impegno finanziario necessario all'avvio del progetto, devono essere



ALESSANDRO PACELLI

programmate in un orizzonte temporale non inferiore a 10 anni.

In aggiunta a questo, attraverso una progettazione di dettaglio è possibile stimare il più importante degli indicatori di efficienza logistica e cioè il **costo per riga di consegna previsto**, consentendo in questo modo un confronto con l'attuale costo a riga. La differenza tra i due costi rappresenta, in termini economici, l'effettivo livello di efficientamento complessivo che la centralizzazione delle scorte può generare.

Un aspetto critico del servizio è quello legato alle emergenze e può generare diffidenza verso la centralizzazione



MATTEO LOMBARDI

In questa fase è bene tenere nella giusta considerazione alcuni elementi importanti:

- esistono costi che non cessano definitivamente, a causa della necessità di mantenere presso le Unità locali alcune strutture "residuali" (esempio stock di farmaci salvavita ed eventuali punti di transito verso i reparti) allo scopo di garantire un adeguato livello di servizio;

- le scorte complessive del sistema (incluso anche le scorte di reparto) tendono a ridursi in modo significativo, riducendo gli oneri finanziari relativi all'immobilizzo di capitale;

- i costi di gestione (personale addetto alla movimentazione) possono ridursi anche in modo significativo poiché all'interno del CLAV è possibile organizzare la logistica con i moderni criteri operativi (strumenti e tecnologie), in un ambiente adatto alla movimentazione ed eliminando le duplicazioni dei processi causate dalla frammentazione dei magazzini.

La fase di progettazione termina con una dettagliata pianificazione delle attività necessarie a raggiungere l'obiettivo. Una corretta programmazione dell'avvio consente da un lato di mettere a punto il sistema con la dovuta gradualità, dall'altro di evitare interruzioni o malfunzionamenti nel servizio (condizione tassativa visto l'ambito di utilizzo).



Fotolia.com

QUEL CAMPUS DI DHL ALLE PORTE DI MILANO

E' l'"health care centre" di Settala, denominato "Settala 3", che porta da 37 mila a 60 mila i mq del polo logistico interamente dedicato al settore.

di Eleonora Rota

Con il nuovo magazzino di Settala, DHL Supply Chain Italy espande ulteriormente le dimensioni del campus dedicato al settore healthcare, portando così la superficie utile totale del polo logistico da 37.000 mq a 60.000 mq. "Settala 3" rappresenta un tassello strategico nel segmento healthcare perché è stato ideato, fin dalle primissime fasi progettuali, per rispondere concretamente alle criticità tipiche di questo settore. Il nuovo sito può infatti contare su una infrastruttura d'eccellenza, costruita nel rispetto delle normative vigenti. Su una superficie utile di magazzino di quasi 18.510 mq, circa 500 mq sono dedicati a celle frigorifere a temperatura controllata (da 2° a 8° C). Il magazzino, completamente raffrescato, è dotato di sprinkler (secondo quanto previsto dalla normativa NFPA) ed è separato in tre compartimenti REI 120 (per la protezione antincendio); comprende inoltre aree adibite a officina farmaceutica e a reparto bollinatura. Il sito è stato sviluppato sia per garantire maggiori spazi e migliori servizi ai clienti che già si affidano all'operatore, sia per ospitare nuove aziende del segmento o con problematiche simili. Ha, infatti, una capacità complessiva di circa 30.000 posti pallet con oltre 20.000 mq di spazi di manovra esterni.

"Settala 3" è stato, infine, progettato, seguendo importanti policy di carattere ecologico.

"DHL Supply Chain vanta una specifica competenza nel settore healthcare e, in particolare, in ambito farmaceutico grazie all'expertise consolidata nella gestione dei prodotti 'a temperatura controllata', ossia che richiedono organizzazione e capacità di governo della logistica molto specifiche, con una fortissima attenzione alle soglie delle temperature", spiega Paolo Rosanna, vice

presidente business development Western Region dell'operatore.

Una delle aziende che recentemente ha siglato un importante accordo di partnership con DHL Supply Chain Italy è Amgen, società internazionale leader nel settore delle biotecnologie, che ha trovato con il 3PI le adeguate soluzioni che, superando le naturali criticità legate alla tipologia di prodotto, assicurano il controllo della temperatura in ogni fase. DHL Supply Chain Italy garantisce, infatti, moderni siti di stoccaggio equipaggiati con impianti di condizionamento sofisticati, progettati allo scopo di gestire tutti i range di temperatura previsti sulla base delle molecole in commercio (8°-25°C, 15°-25°C, 2°-8°C, 0°-4°C, -20°C), effettuandone un monitoraggio costante. ■

Degli oltre 18 mila mq di magazzino circa 500 sono riservati a celle frigorifere a temperatura controllata





GSE Group la soluzione per i vostri progetti immobiliari

Il gruppo GSE progetta e realizza immobili logistici, commerciali, industriali ed amministrativi "chiavi in mano".

- ◆ Gestione a 360° dei progetti nelle fasi di Studio e Costruzione.
- ◆ Impegno contrattuale su prezzo, tempo di consegna e qualità dell'opera.
- ◆ Ricerca del terreno e/o del finanziatore.
- ◆ Coordinamento urbanistico, amministrativo, finanziario, legale.
- ◆ Integrazione del processo.
- ◆ Assistenza post-vendita.

Una presenza globale in 19 paesi - 14 milioni di m² già realizzati

www.gsegroup.com

GSE Italia - Tel.: 0039 02 25 39 981 - Fax: 0039 02 27 30 09 38 - E-mail: gseitalia@gsegroup.com



PORTOLAB RIPORTA I MANAGER A SCUOLA

Il progetto di Contship Italia, destinato inizialmente alle sole scuole elementari, ha coinvolto anche i responsabili di SKF Logistics Services Italy.

a cura di **Eleonora Rota**

Quando un cuscinetto a sfera incontra una gru di banchina". Potrebbe sembrare il titolo di un cartone animato o un nuovo visionario film di Quentin Tarantino o magari, agli occhi di un ingegnere progettista, una semplice banalità visto che in una gru di banchina di cuscinetti a sfera ce ne sono 270. In verità si tratta di un connubio che nasce in una direzione marketing di un terminal operator, transita sui banchi di scuola di oltre 22.000 giovani studenti e finisce, in puro stile logistico, direttamente in un magazzino di un nuovo operatore che si occupa di logistica a 360 gradi. Sveliamo gli attori: il progetto si chiama Porto Lab e i due operatori so-

no il gruppo Contship Italia e SKF Logistics Services Italy. La partnership nasce nel 2008 e si è in breve trasformata in un laboratorio sperimentale di "cross learning" per il management dell'unità logistica del colosso SKF. Come accade spesso, il piano professionale si muove parallelamente al piano personale. Gli operatori del settore sono infatti padri o madri prima che professionisti e su questa leva è scattato il primo contatto tra SKF e Contship quando, attirato da un articolo sull'iniziativa, Giovanni Di Lecce (transport manager di SKF Logistics Services Italy, ndr) ha colto la possibilità di estenderla ad una scuola torinese frequentata dai propri figli nonché agli operatori interni dell'unità logistica

di SKF. La sensibilità alle tematiche professionali e al mondo della scuola è stata la prima scintilla di una partnership tra due operatori distanti per settore di appartenenza, ma vicini per ciò che riguarda l'approccio alla comunicazione e alla valorizzazione delle persone e dei territori in cui esse operano.

La multinazionale svedese, leader nella produzione di cuscinetti volventi, di schermi e servizi correlati è stata fondata a Goteborg, Svezia, nel 1907. Consta di circa 42.000 dipendenti, 120 siti di produzione e, con un proprio network di vendita, è presente in circa 130 Paesi. Un sistema di distribuzione globale è assicurato dalla divisione logistica denominata appunto SKF Logistics Services che, come unità indipendente di business, fornisce servizi di magazzino e distribuzione al gruppo dal 1995. Sfruttando l'esperienza acquisita in ambito industriale per conto del gruppo, SKF Logistics Services nel 1998 inizia a offrire servizi di logistica integrata anche a clienti esterni. L'organizzazione è dedicata a produttori e distributori di prodotti e componenti industriali e abbraccia tutto il flusso della supply - chain. Contship è invece un gruppo fondato nel 1969 da Angelo Ravano, pioniere della containerizzazione e oggi, parte del gruppo Eurokai di Amburgo, focalizzato nell'attività di gestione dei terminal container marittimi e del trasporto intermodale con 2500 dipendenti.



Il progetto Porto Lab è stato disegnato nel 2006 dal Contship con il fine di fornire alle scuole elementari delle città dove il gruppo è presente uno strumento di didattica complementare. Un laboratorio a cielo aperto per poter affrontare lo studio di alcune materie di base attraverso il confronto con tutto ciò che in un porto transita ovvero le merci, le persone, ma non solo. Condividendo la valenza del progetto soprattutto per i risvolti sulla conoscenza della logistica in generale, la divisione specializzata di SKF ha intrapreso un percorso di analisi sui risvolti utilizzabili nell'ambito della comunicazione interna e nella conoscenza di quelle fasi del processo logistico che possono influenzare il processo di produzione del cuscinetto a sfere. Partendo dunque da un comune interesse

per la conoscenza del mondo logistico, la partnership è stata subito trasformata in una opportunità per i manager di SKF Logistics Services Italy nonché delle unità di vendita, di produzione e acquisti, di passare una giornata dentro a un moderno porto container per poter capire le operazioni e le varie fasi del processo. Il modello attuale prevede due giornate di laboratorio presso il La Spezia Container Terminal, dove l'invito è esteso ai manager responsabili di Sogemar, l'azienda del gruppo Contship che cura i servizi di trasporto intermodale allo scopo di testimoniare le caratteristiche e il know how sviluppato come operatore econo-



mico certificato (AEOf). Gli incontri durano sei ore circa e prevedono sia momenti d'aula per presentazioni video sia visite in piazzale e sulle banchine. Il marketing del gruppo Contship e il management SKF stanno progettando un maggior coinvolgimento sul piano del lavoro di squadra e del team building a cui quest'anno contribuirà una partnership del gruppo Contship Italia con il mondo universitario e della ricerca. ■



UNICI, FLESSIBILI, GENIALI.

TRASMA È RIVENDITORE UNICO PER L'ITALIA DEI TRASPORTATORI FLESSIBILI UNIFLEX ASSISTENZA GARANTITA IN TUTTA ITALIA



POWERED
UNI-FLEX™

trasportatore estensibile
a rulli motorizzati

L'UNICO
IN ITALIA



GRAVITY
UNI-FLEX™

trasportatori
estensibile a gravità
A RULLI / A ROTELLE

IL PIÙ
VENDUTO



TRAILER LOADER
UNI-FLEX™

caricatore
per rimorchi

FORNITO
CON
PULVINE



SORTING LINES
UNI-FLEX™

centri smistamento
automatico

IMPIANTI
MODULARE

TRASMA S.R.L. VIA EMILIA, 5 - 34052 AZZANO SAN PAOLO (BG) - ITALY
TEL. 035 4586099 - FAX 035 4586050 - TRASMA@TRASMA.COM

WWW.TRASMA.COM

ENERGIA, DAI TETTI E' PIU' CONVENIENTE

Installare impianti solari comporta vantaggi di vario tipo, grazie anche agli aiuti statali. Che però verranno progressivamente ridotti.

di **Ruggero Daini**

Come ormai noto la logistica in azienda è l'attività che gestisce il flusso dei materiali dai fornitori ai clienti. Potremmo dire che è una attività prevalentemente "software" cioè di tipo gestionale: programmazione delle scorte, gestione dei fornitori, ottimizzazione delle risorse, miglioramento del servizio e dell'efficienza. L'unica attività "hardware" del processo logistico, cioè che gestisce impianti e attrezzature fisiche, è il magazzino (che sia gestito direttamente o affidato a terzi). Alcuni anni fa sostenevo che il vero problema del futuro della logistica era la sua "sostenibilità". Di lì a poco è nata "SossLog" (Associazione per la logistica sostenibile) che da oltre 5 anni dif-

fonde il messaggio che la sostenibilità nel flusso delle merci, oltre a essere un dovere indifferibile, può garantire alle aziende una nuova redditività.

Anche la logistica sostenibile è una attività "software", che prevede di riprogettare i prodotti, ridurre gli imballi, risparmiare energia, ridurre gli spostamenti, utilizzare modalità di trasporto che consumano e inquinano meno, gestire gli scarti e così via. Esiste

L'incentivo del "Conto Energia" è ancora molto remunerativo per gli impianti costruiti entro il 31 dicembre 2010

però la possibilità di effettuare interventi a favore dell'ambiente e della redditività anche nell'hardware logi-

stico, cioè nel magazzino, oltre che riducendo il consumo energetico della struttura, utilizzando il "tetto".

E' possibile infatti installare sul tetto del magazzino un "impianto fotovoltaico" per produrre energia elettrica. E' stato calcolato che per produrre l'energia elettrica sufficiente al fabbisogno nazionale sarebbe sufficiente installare impianti fotovoltaici su tutti i tetti, corrispondenti allo 0,6% della superficie totale dell'Italia. Utilizzare i tetti dei capannoni industriali e dei magazzini darebbe un incremento significativo dell'attuale modesto contributo del solare al bilancio energetico nazionale pari a poche unità percentuali.

Oltre alle benemerienze ecologiche, quale vantaggio ha un'azienda che fa



installare un impianto fotovoltaico sul tetto dei propri capannoni? Possiamo indicare tre possibilità:

- 1 l'azienda affitta il tetto per venti anni a una società energetica che costruisce l'impianto e vende l'energia;
- 2 l'azienda si fa sostituire il tetto (se ad esempio contiene amianto) gratuitamente, cedendolo in comodato d'uso;
- 3 l'azienda si fa costruire l'impianto e utilizza l'energia elettrica prodotta in parte per autoconsumo e in parte per venderla alla rete.

Cosa rende questi interventi tecnicamente, ma soprattutto economicamente convenienti, anche per un operatore logistico? L'incentivo stabilito dal "Conto Energia" per l'energia elettrica di origine fotovoltaica. Questo incentivo è ancora molto remunerativo per gli impianti costruiti entro il 31/12/2010, poi verrà ulteriormente ridotto di anno in anno. Chi è in grado di cogliere questa opportunità è meglio che lo faccia ora. Ma le condizioni sono favorevoli per tutti i capannoni? Chi si trova al sud ha una insolazione di circa il 15% superiore che al centro e del 30% maggiore che al nord, che comunque può contare su oltre mille ore di insolazione all'anno. Pensiamo a quanti impianti fotovoltaici sono sorti e si stanno sviluppando in Germania, dove l'insolazione è meno forte che da noi!

QUALCHE DATO

■ Per produrre 1 KW sono necessari circa 10 mq di superficie del tetto. Un capannone di 10.000 mq può fornire al nord quasi 1100MWh/a. Questa superficie viene considerata una dimensione minima di convenienza, ma andrebbe ricordato che si stanno moltiplicando sul mercato offerte di piccoli impianti fotovoltaici per abitazioni civili (che però hanno un incentivo più alto).

■ Un impianto di questo tipo ha un costo indicativo di 3.000 – 3.500€/KW. Il valore di cessione dell'energia, incentivi compresi, può essere indicativamente calcolato in 0,480€/KWh.

■ I tempi per ottenere i relativi permessi sono di circa 2 mesi e ulteriori 2 mesi sono necessari per l'installazione di un impianto da 10.000 mq. Alcune aziende che producono e installano questi impianti provvedono anche alle pratiche per l'ottenimento dei permessi, degli incentivi e dei finanziamenti.

■ E' facile verificare la redditività di un intervento di questo tipo, che, a grandi linee, supera il 10% (ricordiamo che la redditività media dell'affitto di un magazzino è calcolata nel 7,5%). La redditività sale in alcune condizioni, come ad esempio in caso di autoconsumo. Il calcolo va comunque effettuato per ogni singola situazione.

■ Le aziende interessate a ricevere informazioni più precise, e specifiche per il proprio impianto, possono contattare Assologistica, tel. 02.66.915.67.

Archivio CEVA Logistics



Il posizionamento dei pannelli va orientato a meridione e prevede una inclinazione ottimale di 30 gradi. Una copertura a "Shed" dovrebbe avere entrambe queste caratteristiche. E' ideale la situazione di chi sta co-

struendo un capannone e può adeguare la copertura, prevedendo il montaggio di "pannelli integrati" nella struttura che garantiscono tariffe più vantaggiose rispetto ai pannelli "parzialmente integrati". ■



BORSINO Immobiliare
della **LOGISTICA**

powered by
World Capital
www.worldcapital.it

La **"VOSTRA FINESTRA"**
sul mercato immobiliare
della **LOGISTICA**

www.borsinoimmobiliarelogistica.it



M&W: CHE VANTAGGI PER I PUNTI VENDITA?

POLITECNICO DI MILANO
School of Management
DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA GESTIONALE
MIP

La presenza di tecniche “Mobile & Wireless” rende più efficiente l’attività nei PdV della grande distribuzione. Lo dimostra uno studio recente.

di **Paolo Catti, Ilaria Gatti e Christian Mondini**

Osservatorio Mobile & Wireless Business, di Assinform e della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net)

Il punto vendita (PdV) della distribuzione moderna è l’ultimo nodo della filiera dei beni di largo consumo, il punto di incontro tra l’offerta del produttore e la domanda del cliente. Al suo interno si svolgono numerose attività anche molto diverse tra loro, caratterizzate da modalità di esecuzione non standardizzate in cui la componente manuale è preponderante.

Nel contesto del punto vendita della GDO (Grande Distribuzione Organizzata), le tecnologie Mobile & Wireless possono rappresentare una fonte di miglioramento di efficienza ed efficacia nello svolgimento delle attività. Questa leva di ottimizzazione dei processi, tuttavia, rimane ancora oggi poco sfruttata nell’ambito del punto vendita, soprattutto in relazione a quanto avviene in altri nodi della supply chain del Largo Consumo, come ad esempio i centri distributivi. Una delle possibili ragioni alla base della ridotta diffusione di queste soluzioni può essere ricercata nella difficoltà di valutazione della redditività degli investimenti in queste applicazioni a supporto delle attività sul PdV.

Secondo uno studio dell’Osservatorio Mobile & Wireless Business di As-

sinform e della School of Management del Politecnico di Milano (www.osservatori.net), la categoria di applicazioni basate su tecnologie Mobile & Wireless

Questa leva di ottimizzazione non è però ancora ben sfruttata, perché non è facile valutare la sua redditività

maggiormente diffusa è quella che coinvolge direttamente il cliente finale, assegnandogli un ruolo attivo nello svolgimento delle attività. Ne è un esempio la sempre maggiore diffusione di soluzioni di “self scanning”, che consentono al cliente di leggere i codici a barre dei prodotti prelevati dagli scaffali tramite dispositivi portatili, rendendo più veloci le operazioni di passaggio alla cassa (soprattutto se abbinate ad applicazioni di self checkout o self payment).

Per quanto riguarda i processi “interni” al PdV, sono state implementate delle soluzioni volte a migliorare l’efficacia ed efficienza delle attività, mentre le tecnologie RFID rimangono ancora poco diffuse, prevalentemente in progetti di sperimentazioni o pilota.

Lo studio, dopo aver analizzato il settore dei beni di largo consumo, con particolare attenzione alle diverse ti-

pologie di punto vendita e alla loro classificazione, ha identificato le possibili tecnologie Mobile & Wireless applicabili al contesto considerato, sviluppando un modello per la valutazione economica dell’investimento in soluzioni Mobile & Wireless a supporto delle attività di punto vendita della GDO.



L'ESEMPIO DI CARREFOUR

Il gruppo Carrefour, fondato nel 1959 in Francia, è la seconda insegna della GDO a livello mondiale e la prima in Europa; è presente in Italia a partire dal 1993, quando venne inaugurato l'ipermercato di Marcon (Venezia). Attualmente il gruppo opera in Italia con una rete distributiva composta da 66 ipermercati a insegna Carrefour, 495 supermercati, superstore e iperstore a insegna GS, 1.006 supermercati a marchio DìperDì e 20 cash & carry. Il Gruppo impiega circa 26.000 persone nel nostro Paese, generando un fatturato di oltre 7 miliardi di euro. Il gruppo, sotto la spinta della Direzione Organizzazione Supermercati, sta valutando la possibilità di implementare una soluzione volta al miglioramento dell'efficienza dei processi di replenishment e di sostituzione delle etichette prezzi nei punti vendita, supportando gli addetti nell'individuazione della posizione degli articoli in area espositiva. La soluzione, basata su dispositivi palmari (potenzialmente collegati in WiFi), consentirebbe di diminuire il tempo di ricerca della posizione degli articoli a scaffale, ridurre il tempo di individuazione delle referenze di nuova introduzione, diminuire l'incidenza di errori di posizionamento dei prodotti e dei cartellini e migliorare la gestione dei cartellini delle referenze di nuova introduzione.

Nell'analisi sono state considerate diverse applicazioni tecnologiche: dalle soluzioni che supportano tutti i processi di punto vendita (ad esempio l'utilizzo di tecnologie RFID applicate ai pallet e ai colli, l'adozione di terminali portatili in WiFi per la gestione dell'area espositiva, ecc.) alle soluzioni che prevedono il controllo degli item a scaffale (ad esempio l'uso di tag RFID sui singoli item oppure sensori di peso sui ripiani), fino alle applicazioni che modificano il processo di acquisto del cliente (ad esempio self scanning e self checkout).

Il modello ha permesso di valutare la redditività delle applicazioni Mobile & Wireless a supporto dei processi di punto vendita, in termini di Net Present Value (NPV) e Pay Back Time (PBT), considerando i soli benefici tangibili, ovvero quantificabili. Questi sono rappresentati da un aumento della produttività delle risorse, che riducono drasticamente il tempo dedicato alle attività di data entry delle informazioni a sistema informativo, da una diminuzione degli errori e dal contenimento dei fenomeni di stock-out dei prodotti a scaffale.

Dallo studio è emerso come, nella maggior parte dei casi analizzati, la redditività dei progetti Mobile & Wireless a supporto dei processi di un supermercato è inferiore, pur mantenendosi positiva, rispetto all'introduzione della stessa soluzione in un ipermercato. Questo dimostra la presenza, tra le voci di costo relative all'investimento,

di elementi indipendenti dalla superficie del PdV che riducono la redditività nel caso di punti vendita di dimensioni più piccole, in cui i flussi meno consistenti non permettono di cogliere appieno tutti i benefici operativi che possono derivare dall'implementazione delle applicazioni. Inoltre emerge come l'introduzione congiunta di più tecnologie Mobile & Wireless genera un aumento dei benefici più che proporzionale rispetto a quello dei costi di investimento e correnti, sottolineando la presenza di "economie di scala" nell'adozione di soluzioni Mobile & Wireless nel PdV della Grande Distribuzione Organizzata.

Oltre a questi benefici tangibili, le soluzioni Mobile & Wireless sono caratterizzate da significativi benefici intangibili (primo tra tutti l'aumento della soddisfazione dei clienti), che risultano carichi di valore strategico. Questi elementi sono difficilmente monetizzabili, ma in alcuni casi sono stati considerati come assolutamente decisivi dai promotori del progetto o dagli utenti stessi. ■

Oltre a benefici tangibili il 'M&W' accresce quelli intangibili, legati al livello di soddisfazione del cliente



Fotolia.com

'VAN SHARING' A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

Il progetto, in fase di realizzazione a Bologna, punta a una distribuzione sostenibile delle merci in città. Coinvolti l'interporto di Bologna e TPS.

a cura di **Anna Mori**

TPS (azienda specializzata nel fornire consulenza e tecnologia per i settori trasporto e distribuzione delle merci) e la società Interporto di Bologna hanno firmato un contratto con il Comune di Bologna per il progetto "Van Sharing" che progetta, realizza e avvia il sistema informatico per la gestione di una flotta di 30 mezzi a basso impatto ambientale per la distribuzione delle merci nella Zona a Traffico Limitato della città emiliana. L'iniziativa è finalizzata a garantire un centro cittadino meno congestionato e più pulito, attraverso la diminuzione delle emissioni dei gas di scarico nel centro storico. Il progetto si rivolge quindi a tutte le aziende di trasporto, ma anche ad altri utenti (pubblici o privati) che, con un occhio di riguardo alla sostenibilità ambientale, intendono usufruire di un servizio di distribuzione a basso impatto ambientale. Inoltre, una sempre maggiore propensione delle città a chiudere i propri centri ai mezzi non ecocompatibili permetterà a questo progetto, ma anche ad altri, di diventare una realtà operativa. Il progetto bolognese ha voluto seguire la strada della compartecipazione e del dialogo: non ci sarà la nascita di una nuova società, ma è prevista la creazione, su base volontaria, di un consorzio di operatori già presenti sul territorio per la gestione del servizio. Per tali ope-

ratori questo progetto rappresenta una grande prospettiva di crescita. La piattaforma virtuale permette di gestire tutte le informazioni relative alle merci movimentate sul territorio locale e in particolar modo nella ZTL.

L'applicazione è composta da un portale web utilizzato per l'inserimento degli ordini nel sistema, di un applicativo client - server per la gestione amministrativa (clienti, listini e fatturazione), per la gestione della pianificazione logistica (ordini, veicoli e documenti di trasporto) e per la tracciabilità delle conse-

GPRS. Inoltre dal portale web si potranno monitorare i mezzi dai quali sarà possibile ricevere anche informazioni sulla congestione delle strade (queste ultime integrate poi in un sistema host chiamato "Supervisore"). Questa funzionalità è stata progettata esclusivamente per gli utenti del Comune di Bologna, i quali hanno a disposizione, sempre sul portale web, una business intelligence con cui effettuare analisi e statistiche sulla movimentazione dei mezzi e della merce.

Il progetto "Van Sharing" inoltre potrà usufruire di stalli per la sosta dei mezzi messi a disposizione dall'ATC tramite prenotazione telematica: la piattaforma virtuale dovrà interrogare questo servizio esterno e automaticamente provvedere alla prenotazione delle aree di sosta per il tempo necessario ad effettuare le operazioni di carico/scarico merce. Il modulo cartografi-

Interessati al progetto pure un consorzio di operatori territoriali e trenta mezzi non inquinanti

gne ottenuta con palmari industriali Intermecc CN3 provvisti di sistemi GPS e



co della piattaforma virtuale sarà basato su una nuova e innovativa generazione di componenti server per applicazioni basate su cartografia digitale. I ptv xServer supportano funzionalità di mapping, geocoding e routing e sono basati su interfaccia standard Web Services (SOAP XML).

I server che compongono la suite sono:

- il ptv xLocateServer per le funzionalità di geocodifica e geocodifica inversa;
- il ptv xRouteServer per le funzionalità di routing;
- il ptv xMapServer per le funzionalità di rendering della mappa.

Uno dei tratti più innovativi dei ptv xServer è l'introduzione della tecnologia AJAX che garantisce maggiore velocità e interattività. I ptv xServer sono basati sulla tecnologia chiamata Tiled Map: garantisce un accesso ai dati geografici ottimizzato per garantire elevate performance del sistema.

La piattaforma logistica prevede vari moduli, ovvero:

■ Modulo utenti per privati

L'utente può collegarsi alla piattaforma virtuale del "Van Sharing" attraverso un applicativo web da cui potrà richiedere il servizio di trasporto e monitorare lo stato della merce durante la fase di stoccaggio e spedizione. Una volta inseriti i dati relativi al materiale da trasportare (peso, volume, colli), alle sue caratteristiche specifiche e all'anagrafica del punto di presa e del punto di consegna (che tramite un modulo carto-

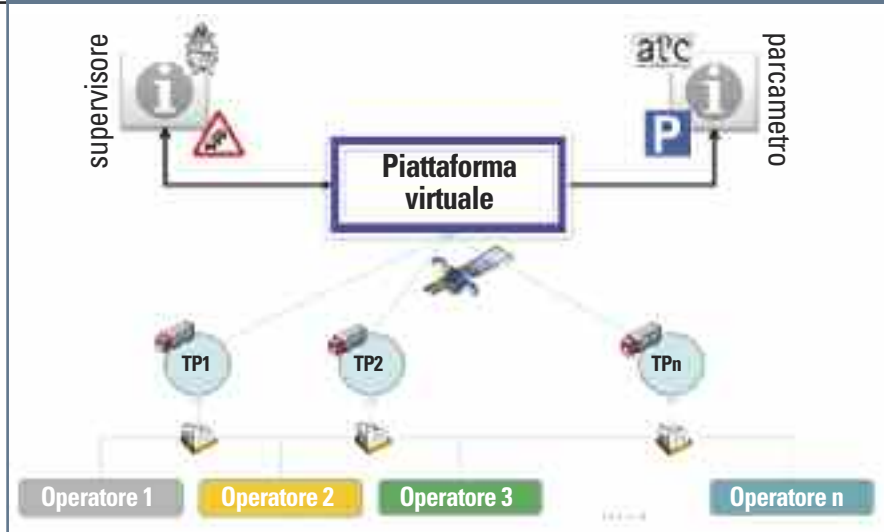


grafico web online permette di identificare il posizionamento), l'utente, tramite procedura guidata, ottiene un preventivo di spesa che potrà essere accettato e/o confermato attraverso un pagamento di tipo "prepagato" oppure con paypal. All'accettazione del servizio da parte di "Van Sharing" l'utente

riceverà un'e-mail o un sms in cui verrà riportato il codice di tracciabilità del proprio intervento e tramite il quale sarà possibile visualizzare tutti gli stati operativi della propria merce, nonché gli orari di prevista consegna e il nome dell'operatore che sta eseguendo le operazioni.

se a disposizione del sistema "supervisore" che le integrerà agli ulteriori dati provenienti dai vari sistemi di rilevazione traffico che sono già presenti sul territorio comunale. Tutti questi dati saranno poi fonte primaria per il modulo statistiche, che permetterà agli utenti accreditati di generare delle tabelle e

dei grafici che definiscano i KPI's (ovvero gli indici prestazionali) di interesse.

Sarà possibile usufruire degli stalli per la sosta dei mezzi mediante prenotazione telematica

■ Modulo gestione dati

Più che un modulo questo rappresenta il cuore del sistema. Tutti i dati importati, gestiti e ed elaborati dai vari moduli vengono qui raccolti e storicizzati su un database DB2 su server IBM.

Inoltre esso rappresenta la base per la divulgazione dei dati sugli altri moduli esterni.

■ Modulo utenti supervisore

Questo modulo, anch'esso basato su tecnologia web, permette agli utenti accreditati di effettuare il monitoraggio dei singoli mezzi, sia in real time che in modalità batch. Potranno essere inoltre visualizzati in modalità anonima tutte le prese e le consegne fatte nell'arco temporale richiesto. Inoltre la tecnologia a bordo mezzo permette di definire, per arco stradale interessato, le velocità medie del veicolo le quali saranno mes-

■ Modulo pianificazione

Il modulo di ottimizzazione dei viaggi si basa sulla tecnologia ptv Intertour che consente di pianificare gli itinerari più vantaggiosi ed economici, da uno o più depositi, tramite un potente algoritmo di ottimizzazione, relazionando il posizionamento geografico dei clienti alle condizioni e restrizioni legate ai clienti stessi (vincoli di orario, aggregazione di clienti, combinazioni cliente/viaggio/mezzo), ai depositi (orari di servi-





LA LOGISTICA È DA VENTI ANNI IL NOSTRO MESTIERE

TRADIZIONALE | FARMACENTICA | PROMOZIONALE | TRASPORTI

CORMANO | CINISELLO B. | S. S. GIOVANNI | DESIO

COLUMBUS

SERVIZI LOGISTICI

www.columbuslogistics.it



L'HARDWARE E ALCUNI MODULI IMPIEGATI

zio, combinazioni deposito/parco mezzi), ai veicoli utilizzati per il trasporto (numero di mezzi, capacità, ore di guida) e alla merce trasportata (permanenza dell'ordine sul mezzo, peculiarità fisiche del prodotto). Un aspetto importante è rappresentato dalla possibilità di pianificare un re-impiego dei veicoli. Ptv Intertour può ottimizzare la saturazione dei veicoli delineando così le rispettive linee di carico.

■ Modulo Track&Trace

La piattaforma virtuale del "Van Sharing" dispone di un modulo per la gestione della tracciabilità sia della merce che del mezzo. Ciò avviene tramite degli hardware (PDA Intermec CN3) presi in carico dagli autisti che permettono di ricevere oltre al piano di consegne/ritiri anche informazioni da e per la centrale operativa circa messaggi a testo libero oppure messaggi pre-codificati (merce non accettata, cliente non presente, incidente, ecc.). La presenza sui PDA del lettore bar code permette di certificare consegna o ritiro con relativo posizionamento geografico, orario dell'operazione, firma del cliente, ecc. Inoltre, i di-

La piattaforma prevede anche un modulo per la gestione della tracciabilità della merce e del mezzo

positivi stessi grazie al GPS integrato permettono di inviare posizioni dettagliate del mezzo che saranno storicizzate all'interno del database DB2 per essere poi messe a disposizione anche degli altri moduli (statistiche, supervise, tracciabilità). La tecnologia ha permesso di integrare nel PDA un applicativo cartografico, PTV Track Navigator, per la

navigazione assistita ai punti di carico/scarico.

■ Modulo prenotazione stalli

La pianificazione dei viaggi è corredata di una funzione di proximity: permette di assegnare, nel range stabilito dall'utente (300 metri circa) una o più richieste ad uno stallone ben preciso su di cui sarà possibile effettuare in automatico una richiesta di prenotazione per l'orario pianificato o per quello immediatamente adiacente. La prenotazione viene effettuata mediante una richiesta tramite web service così come anche la sua risposta verso il supervisore. ■

Non possiamo prometterti
il favore del vento

ma possiamo renderti
più forte del vento

 ToolsGroup

per prevedere la domanda, ottimizzare le scorte
pianificare la distribuzione, la produzione e gli acquisti

toolsgroup.com

*Riduci i costi di trasporto,
anche l'ambiente ci guadagna*

UPS Roadnet Transportation Suite®



distribuito in Italia da ToolsGroup
T +39 02 490 22 810 it-info@toolsgroup.com
upslogisticstech.com

DA REWE ATTESE ALLE RAMPE PIU' RAPIDE

La nota azienda della GDO tedesca ha adottato una piattaforma tecnologica per ottimizzare le finestre di tempo, riducendo pure i costi.

di **Giulia Vivis**

Rewe, azienda tedesca leader in Europa nel settore della grande distribuzione organizzata, ha recentemente introdotto la piattaforma logistica Mercareon, sviluppata per gestire le finestre di tempo alle rampe dei magazzini della rete di distribuzione e ridurre così i costi e i tempi di attesa. Data la necessaria flessibilità di un mercato in continua evoluzione e una vasta rete di distribuzione sul territorio, da tempo Rewe cercava una soluzione per ottimizzare i tempi di attesa alle rampe dei magazzini di prodotti freschi. Da un'analisi interna risultava che l'attesa fosse mediamente di 3 ore e sfiorava le 4 ore in alcuni periodi dell'anno.

Nel 2009, a seguito di una gara d'appalto, la società ha scelto di introdurre la piattaforma logistica Mercareon, creata ad hoc da Transporeon per rispondere alle esigenze della GDO attraverso un sistema aperto a tutto il mercato dei beni di consumo e che permette di pianificare via internet le finestre di tempo per la consegna presso i magazzini centrali.

"Dopo una prima fase di test - spiega Matthias Bähr, responsabile Germania della logistica Rewe per tutta la gamma di prodotti - *in cui è stato col-*

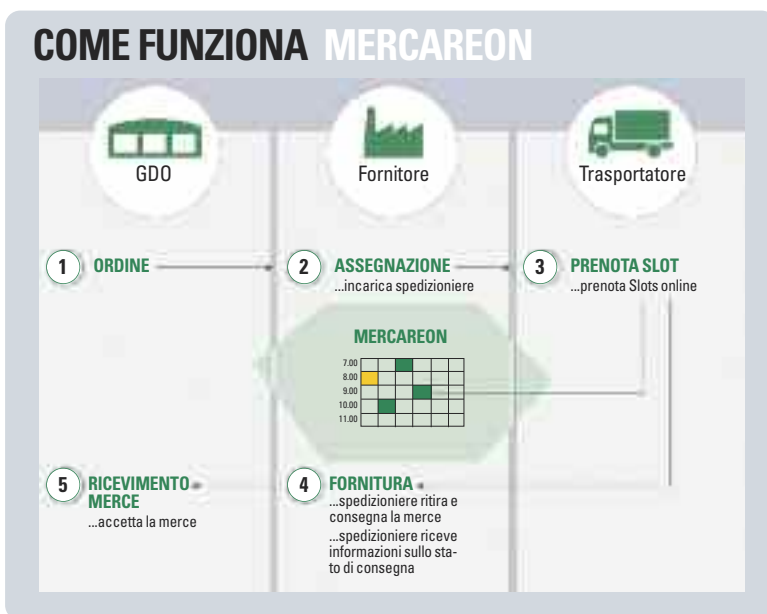
legato il primo magazzino Rewe, abbiamo proseguito partendo da quelli aventi minori criticità fino a quelli

Da un'analisi interna risultava che le attese erano in media di tre ore e in alcuni periodi anche di quattro

noti per le lunghe soste dei veicoli e siamo giunti a fine 2009 con un totale di 18 magazzini supportati da Mercareon, i quali hanno perfettamente gestito, anche nel periodo natalizio che è un tradizionale periodo di punta, l'80% del volume globale delle forniture. Naturalmente non obblighiamo i fornitori di

servizi trasporti a utilizzare Mercareon e chi lo desidera può continuare a utilizzare le rampe come prima, anche senza appuntamento. Tuttavia il grado di accoglienza da parte degli spedizionieri è stato ottimo e siamo rimasti stupiti nel constatare che in media, dopo appena 5 giorni dal collegamento di un magazzino, l'80% delle forniture viene segnalato attraverso la piattaforma Mercareon".

Attraverso la prenotazione via internet, Mercareon colma il gap d'informazione tra fornitore, trasportatore e distributore e coordina il flusso d'informazioni. Grazie a questo sistema, chi ha prenotato non è più co-



stretto a presentare i suoi documenti la mattina presto per poter poi essere disbrigato, dopo lo scaricamento degli altri autocarri secondo le precedenze di fatto, 3 ore dopo; le consegne con appuntamento prenotato che arrivano puntuali hanno la precedenza assoluta, seguite poi da quelle arrivate in anticipo che vengono evase comunque non oltre l'orario stabilito e da quelle in ritardo che vengono evase appena si rende disponibile la capacità.

La piattaforma offre la possibilità di pianificare le attività degli spedizionieri che - a fronte di un piccolo contributo economico di 2,50 euro - riescono a risparmiare mediamente dai 30 ai 60 minuti per ogni prenotazione.

Considerando che un'ora di sosta costa mediamente dai 30 ai 50 euro, la prenotazione della finestra temporale è già vantaggiosa quando alle rampe dei magazzini si risparmiano dai 3 ai 5 minuti.

Inoltre Mercareon, grazie a uno scambio d'informazioni tempestive e immediate, facilita enormemente il lavoro degli spedizionieri, che normalmente nel settore dei prodotti freschi prenotano gli orari di fornitura con un solo giorno di anticipo. In-

fatti l'addetto alla disposizione trasporti (spedizionario) riceve il numero di ordinazione Rewe e il codice fornitore del suo cliente presso Rewe e procede alla prenotazione via internet della finestra temporale per la consegna in uno dei magazzini regionali Rewe. Una volta riservata la finestra di tempo, la prenotazione viene riportata nel proprio sistema di pianificazione interna e l'autista riceve una copia nella quale sono indicati numero della fornitura e orario di consegna. In caso di domande, Mercareon mette a disposizione un team di 15 esperti sette giorni su sette, in grado di supportare in tempo reale gli spedizionieri. ■

Via internet la piattaforma colma il gap d'informazione tra fornitore, trasportatore e distributore



Vailog offre spazi logistici in Italia, Olanda, Francia, Romania e Cina.
Spazi flessibili per una logistica flessibile.

www.vailog.com

VAILLOG S.p.A.
Strada 3 Palatini ES
20138 Assego Milan (MI)
Tel. +39 02 8523 3000
Fax +39 02 8523 4222
info@vailog.it

THUN LOGISTICS PUNTA SULLA TECNOLOGIA

In partnership con Beta 80 la società ha realizzato una piattaforma automatizzata che è governata da un software di ultima generazione.

di **Manuela Piazza**

“Ideas in motion” è il nome che Thun ha scelto per il progetto di automazione del proprio impianto di logistica, realizzato in partnership con Beta 80 Group, system integrator milanese che vanta tra le altre una focalizzazione nella supply chain. *“Spirito innovativo, competenze professionali e partnership strategiche hanno consentito a Thun di raggiungere un’elevata efficienza dei processi logistici, affinati da un’esperienza decennale sul campo. In collaborazione con partner di riferimento, Thun ha progettato un sistema che garantisce un eccellente livello di servizio ai clienti. La nascita di Thun Logistics è segno della volontà di gestire la logistica in modo veramente strategico”.* Alessio Longhini, direttore di Thun Logistics, sintetizza in questo modo gli obiettivi del progetto, il più importante dei quali è di offrire servizi non solo alla casa madre Thun, ma a tutto il mercato della logistica. Alberto Cuccorese, ma-

nager della divisione supply chain e warehouse management di Beta 80 Group, mette in evidenza il valore particolare del progetto. *“La realizzazione del nuovo sistema WMS per Thun è uno dei progetti più significativi degli ultimi anni, nel quale abbiamo messo a fattor comune le esperienze fatte su decine di clienti, oltre a integrare tecnologie quali il voice picking”.*

Iniziati il 4 aprile 2007, i lavori di realizzazione della piattaforma logistica si sono conclusi, a tempo di record, il 2 maggio 2008. In soli 13 mesi Thun Logistics si è dotata di una struttura coperta di 35.575 mq, espandibile a 72.590 mq con magazzino tradizionale e autoportante

automatico, all’interno di un’area complessiva di 148.510 mq, di cui 74.255 edificabili. All’interno del complesso trova spazio anche lo store di 1.665 mq. L’area di stoccaggio ha attualmente una capacità di ricezione di 26.000 pallet; può aumentare a 75.000 pallet con espansione magazzino tradizionale e autoportante servito da trasloelevatori.

Previsto un WMS che effettua simulazioni di varie funzioni, tra cui anche il bilanciamento dei carichi

Il sorter è un sistema automatizzato che gestisce il prelievo, il raggruppamento, la pesatura, l’etichettatura, lo smistamento ed il carico dei prodotti per la spedizione. Thun Logistics utilizza un sorter in grado di smistare fino a 20.000 articoli/ora, riuscendo così a gestire anche picchi di flusso eccezionali. Tutte le attività sono governate da un sistema software di ultima generazione, ovvero il Warehouse Management System di Beta 80 Group, che provvede anche ad effettuare simulazioni di prelievo, di bilanciamento dei carichi, di orari di consegna e di altri caratteristiche del flusso. Grazie all’utilizzo di barcode e di sistemi di lettura (scanner e radio frequenza), il prodotto è controllato in tutte le fasi del processo. Qualità, efficienza, ergonomia delle postazioni di lavoro: il rispetto rigoroso delle norme di sicurezza e la massima attenzione all’ambiente sono infatti le prerogative di Thun Logistics nell’erogazione dei servizi. ■



SIL2010

BARCELONA

La riunione annuale della Logistica

12° Salone Internazionale della Logistica e della Movimentazione Interna



25-28 Maggio 2010

Fiera di Barcellona - Quartiere Fieristico di Gran Via
Barcellona - Spagna

Organizzato da:

HOONSORGI
Barcelona

Società Principali del SIL 2010:

renfe

COMSA

Generalitat de Catalunya

abertij

Barcelona

Spesori del SIL 2010:



www.silbcn.com

International Sales (Italia e Germania)

Tel: +39 0332 240285 - Fax: +39 0332 260900

silbarcellona@advpro.eu

AUTOMATIZZARE SÌ, MA FLESSIBILMENTE

Lo ha fatto la società tedesca Tchibo, il cui core business consiste nella commercializzazione di caffè e prodotti non food. Ha puntato tutto sulla modularità della soluzione logistica che ha implementato.

di **Sara Perotti**

L'azienda tedesca Tchibo nasce nel 1949 dall'intuizione dei fondatori, Max Herz e Carl Tchilling-Hiryan, che iniziano a vendere caffè tostato per corrispondenza. Negli anni, un progressivo incremento del business ha spinto all'ampliamento dell'offerta, portando l'azienda ad affiancare alla vendita del caffè tostato una più vasta gamma di prodotti non food, proposti sul mercato secondo una formula commerciale innovativa basata sulla "limitazione temporale" dell'offerta (ogni settimana viene proposta presso i punti vendita una serie di prodotti legati a un tema o soggetto diverso). Ad oggi l'azienda, con un fatturato di oltre 4.000 milioni di euro e oltre 12.500 dipendenti all'attivo, è leader in Germania ed è complessivamente presente in altri 13 Paesi europei (fra

cui Gran Bretagna, Austria, Paesi Bassi, Polonia, Svizzera, Repubblica Ceca e Slovacchia) con negozi e corner in centri commerciali, per un totale di oltre 55.000 punti vendita.

L'enorme (200 mila mq) deposito centrale sorge a Brema, al crocevia di importanti vie di comunicazione

che comporta un cambio settimanale delle referenze a scaffale nei punti ven-

dita e un ritiro degli invenduti a fine settimana – l'azienda ha sviluppato una rete distributiva a più livelli, con un unico deposito centrale europeo e una serie di depositi periferici regionali, atti a servire i singoli mercati. L'impianto, operativo a partire dal 2003, è situato nei pressi di Brema ed è stato realizzato dalla BLG in.add.out Logistics GmbH & Co. KG, società del gruppo BLG, che ne gestisce tuttora le attività logistiche. L'High Bay Warehouse si occupa della gestione di prodotti pallettizzati non food destinati sia ai centri distributivi regionali europei che all'adiacente distribution centre north (magazzino di 30.000 mq disposto



A DESTRA, IL SISTEMA AUTOMATIZZATO DI SCARICAMENTO E CONVOGLIAMENTO CARTONI. SOPRA, VEDUTA DEL DEPOSITO CENTRALE EUROPEO DI TCHIBO A BREMA



su due piani, da cui partono i rifornimenti per gli outlet Tchibo ubicati nell'area nord-occidentale della Germania). La piattaforma è stata progettata tenendo conto sia della particolare tipologia di politica commerciale in atto, che genera un'elevata rotazione del monte scorte e un'estrema rapidità dei flussi da coordinare, sia delle caratteristiche dei prodotti gestiti (catalogo prodotti estremamente eterogeneo, con articoli differenti per tipologia, peso, volume e valore). Gli alti volumi movimentati - mediamente 9.000 pallet al giorno - ben si prestavano all'adozione di sistemi automatizzati per la gestione dei materiali. Per contro, la mancanza di uno "standard" risultava essere un possibile ostacolo alla piena automazione. La soluzione implementata da BLG Logistics si è pertanto sviluppata su due fronti: da un lato, la completa automazione, ove possibile, delle operazioni di movimentazione e smistamento dei materiali; dall'altro, il potenziamento del presidio e supporto informativo delle attività che non possono prescindere dall'intervento umano, attraverso sistemi di identificazione automatica quali codici a barre e RFID, e software per la gestione e sincronizzazione dati.



CHI E' IL FORNITORE DELLA SOLUZIONE

BLG Logistics Group, con oltre 15.500 dipendenti diretti e circa 970 milioni di euro di fatturato sviluppato nel corso del 2008, è un'impresa storica costituita nel 1877 nella città stato tedesca di Brema (le cui origini risalgono al 782 d.c.), che ne è anche l'azionista di riferimento. BLG Logistics opera, con un network internazionale, attraverso le tre divisioni di business automobile, container e contract (ognuna ad elevato contenuto di specializzazione), potendo contare su oltre 100 sedi distribuite tra Europa, Nord e Sud America, Africa e Asia. La divisione "contract solutions" è in forte sviluppo nel nostro Paese grazie a una specializzazione orientata alla logistica di produzione a livello globale, compresa la realizzazione e la fornitura in linea secondo le dinamiche del just in time di componenti e semi-lavorati complessi pronti per l'assemblaggio finale. La sua struttura organizzativa offre servizi di handling e magazzinaggio, gestione scorte, controlli qualità, alimentazione delle linee di produzione, confezionamento e spedizioni con funzioni amministrative avanzate.

INFO: BLG Logistics Solutions Italia S.r.l.
via Fara, 39 - 20124 Milano
Telefono: 02 89058876; Fax: 02 89070500
Sito internet: www.blg-logistics.it

Il deposito centrale automatizzato di Brema è caratterizzato da una localizzazione strategica in quanto al crocevia di importanti vie di comunicazione (situato nelle vicinanze del porto, connesso al sistema autostradale e con la rete ferroviaria), il deposito presenta dimensioni imponenti - sono 200.000 i mq di superficie - e un elevato grado di automazione, in grado di supportare le diverse fasi del processo logistico (ricezione merci, stoccaggio intensivo, picking, spedizioni). La merce in arrivo dai diversi fornitori (sia su pallet che in cartoni) viene gestita all'interno di 9 baie preposte alla ricezione degli articoli disposti in cartoni ed altrettante per ricezione di merce palletizzata. I pallet in ingresso sono oggetto di prelievo tramite carrelli frontali - sono operative 6 rulliere di accumulo - a cui segue

un processo di controllo, registrazione ed etichettatura.

La merce in arrivo è gestita all'interno di baie che accolgono sia quella palletizzata sia in cartoni

Per quanto concerne invece i cartoni (mediamente 35.000 sono quelli movimentati ogni giorno, con picchi di 50.000 nei periodi di punta), questi sono scaricati dai mezzi in modo automatizzato mediante tre nastri trasportatori telescopici, che vengono direttamente inseriti all'interno dei mezzi; a seguire la merce è oggetto di controlli, pallettizzazione (mediante 3 pallettizzatori con potenzialità di 110 pallet/ora), filatura ed etichettatura mediante codice a barre (sono 14 le piste di accumulo). Il materiale, superata la fase di ricezione, è preso in carico da una linea automatizzata di trasferimento (lunga 450 metri e composta da 50 bilancelle), per essere trasferito all'area di stoccaggio intensivo. In quest'ultima sono operativi tre magazzini automatici autoportanti (l'ultimo inaugurato nel 2006 ed entrato in funzione nel 2007) in >



IN ALTO, SCARICAMENTO UDC PALLETTIZZATE. SOTTO, PARTICOLARE DEL SISTEMA AUTOMATIZZATO



grado di fornire una potenzialità ricettiva complessiva di 200.000 posti pallet.

I magazzini automatici sono caratterizzati da notevoli dimensioni: due di essi hanno dimensioni pari a 146x70x42 m ed entrambi sono serviti da 11 trasloelevatori, mentre il terzo – e più recente – ha dimensioni 145x63x42 m ed è servito da 9 traslo (velocità 3,3 m/s; potenzialità di movimentazione pari a 50 pallet/ora). La modalità di allocazione delle UdC ai vani è gestita in automatico dal software, che è integrato con il sistema di gestione del magazzino (WMS, Warehouse Management System). L'allestimento ordini è gestito direttamente dal WMS, che coordina le missioni di prelievo effettuate in parallelo all'interno dei tre blocchi. Mediante rulliere automatizzate, la merce viene successivamente trasferita verso le rulliere di accu-

mulo ubicate in prossimità delle baie di spedizione. Gli ordini in uscita, assegnati alle baie sulla base della relativa destinazione, sono quindi destinati ad alimentare i 9 centri distributivi regionali collocati in Europa (6 dei quali in Germania).

Come anticipato, la complessità gestionale dell'intero impianto è gestita mediante il supporto della radio-frequenza, che consente di tracciare la merce a magazzino e avere una mappatura aggiornata delle diverse aree di cui si compone l'impianto. A ciò si aggiunge la tecnologia RFID (Radio Frequency Identification). Ciascun con-

ducente dei mezzi in ingresso al deposito viene infatti dotato di un terminale hand-held (in sostanza, un dispositivo per trasmettere le coordinate riguardanti la baia assegnata per lo scarico) e un transponder, da collocare sul rimorchio (per avere una costante localizzazione dello stesso e per segnalare al conducente eventuali errori di posizionamento in fase di scarico merce). Occorre infine sottolineare che all'interno del deposito trovano inoltre spazio altri 60.000 mq dedicati ad aree multifunzionali in cui vengono effettuate attività quali controlli qualità dei materiali in arrivo dai fornitori e servizi a valore aggiunto (assemblaggio dei prodotti, inserimento delle istruzioni d'uso, setting ed altro ancora).

Si è presentato il caso di un grande impianto altamente automatizzato presso un centro distributivo ubicato in Germania, destinato alla gestione di prodotti pallettizzati non food. La soluzione implementata è articolata e asservita alla ricezione, allo stoccaggio e al prelievo delle merci destinate ai depositi periferici. L'elevato grado di automazione dell'impianto non ne ha precluso la flessibilità, consentendo un successivo ampliamento – avviato nel 2006 ed entrato a regime l'anno successivo – grazie alla modularità garantita dalla soluzione in

uso. L'intera realizzazione è stata completata dall'introduzione di un sistema software integrato per la gestione del magazzino automatizzato, nonché dal completo supporto dei processi attraverso la gestione in radiofrequenza e RFID. L'impianto – ad oggi operativo a pieno regime – ha permesso di rispondere alle esigenze aziendali in termini di una efficiente gestione dei

flussi, grazie alla elevata automazione che ha consentito di gestire gli alti volumi, all'informatizzazione e alla completa tracciabilità delle merci nelle diverse fasi del processo logistico. ■

Rilevanti le dimensioni. Due magazzini (i maggiori) sono serviti da undici trasloelevatori

2009 ORRIBILE L'ANNO PER IL

Lo conferma la nota congiunturale elaborata da Confetra, dalla quale si evince come tutti i comparti abbiano subito pesanti perdite.

di **Giulia Vivis**

Il 2009 è stato l'anno "horribilis" del trasporto merci, come confermano i dati pubblicati dalla nota congiunturale Confetra (Confederazione Generale Italiana dei Trasporti e della Logistica) che nell'anno 2009 indicano valori fortemente negativi rispetto al 2008. La crisi economica mondiale ha investito tutto il comparto e le sue diverse modalità. I trasporti nazionali su strada a carico completo hanno registrato nel 2009 un -25% in termini di viaggi e un -27% in termini di fatturato. I viaggi di trasporti internazionali a carico completo sono diminuiti in media del -22% mentre il fatturato è sceso del -25%. In particolare: -18,6% per la modalità aerea (fatturato -25%), -30%

per le ferrovie (fatturato -15%), -17% per la modalità via mare (fatturato -11%), -22% per la strada (fatturato -20%).

La netta riduzione dei traffici internazionali è registrata anche dalla contrazione dei transiti ai valichi alpini. Su base annua il Gran San Bernardo segna un -18,7%, seguito dal Frejus con -17%. Il traforo del Monte Bianco si attesta ad un -12% mentre il Brennero a -10,6%. Tra i trasporti terrestri, quelli che

hanno risentito meno della crisi mondiale sono i trasporti nazionali di collettame (corrieri) che hanno chiuso il 2009 con un -6%. In calo anche il peso medio di ogni partita pari a -1,5%. Di conseguenza anche il fatturato ha registrato un valore negativo pari a -7%.

Giu' i fatturati di modalità aerea (-25%), ferroviaria (-15%), marittima (-11%) e anche stradale (-20%)

A livello di aree geografiche, si rileva un'uniforme riduzione delle spedizioni. I Paesi maggiormente interessati dalla flessione sono Giappone (-25%), Asia (-21%) e Nord America (-20%). L'Unione Europea si attesta ad un -17%. Valori meno negativi per quanto riguarda i traffici con i Paesi Africani (-11%). Relativamente al traffico container nei maggiori porti italiani, si registrano dati negativi per tutti gli scali: Livorno -28%, Trieste -17,6%, Ravenna -16,2% seguita da La Spezia con -16,1%. In flessione anche lo scalo di Genova -13,2%. Valori meno negativi per Taranto (-5,7%) e Venezia (-2,5%). Il traffico aereo merci si è ridotto nel complesso del -15,4%; considerando che nei primi sei mesi la riduzione era stata del -31,5%, il secondo semestre ha visto una ripresa del cargo aereo. In particolare, il polo milanese di Malpensa e Linate mostra una flessione del 17,2%, Orio al Serio del 18% e il polo romano di Ciampino e Fiumicino del 9,8%. ■



Archivio Volvo

I TEMPI CAMBIANO, MA L'INFORMAZIONE RESTA

Con "Guida Tuveri" chi opera nel settore trova utili informazioni operative. Ora disponibili pure su CD e su www.transportonline.com

di **Andrea Brivio**



CARLO BARATTA

"Guida Tuveri nasce nel 1926. Le prime edizioni illustrano il trasporto merci effettuato con i cavalli. L'ing. Tuveri (un nobile sardo trapiantato a Milano), voleva realizzare una pubblicazione per far conoscere i corrieri che dalla Lombardia offrivano servizi di trasporto merci per le altre località italiane. La sua mission era diffondere informazioni per agevolare la conoscenza degli operatori e le comunicazioni nel trasporto merci"

, esordisce così Carlo Baratta di Publitrans, casa editrice che pubblica tutta la nota guida.

DAL 1926 I CAMBIAMENTI DEL SETTORE SONO STATI RADICALI. QUALE INVECE L'EVOLUZIONE DI GUIDA TUVERI?

■ Quante cose sono cambiate: le persone, le aziende, le modalità, i volumi, oserei dire 'tutto'.

E anche pensando solo agli ultimi venti anni vedo molti cambiamenti. Si movimentano più merci, ma molte aziende leader non ci sono più; è cambiata la committenza, sono nate nuove realtà e nuovi servizi. Si è sviluppata la globalizzazione, l'informattizzazione e dal 1995 usiamo internet. La mission di Guida Tuveri non è però cambiata. Si è naturalmente sviluppata nei servizi, ma è rimasta inalterata nella sostanza: diffondere infor-

mazioni per agevolare la conoscenza degli operatori e le comunicazioni nel trasporto merci, per migliorare il proprio business e avere nuove opportunità commerciali. Possiamo orgogliosamente affermare d'essere i media più consultati da chi acquista questi servizi, sia all'interno del settore, sia tra le aziende committenti.

Il CD Selection International (bilingue) è uno strumento di direct marketing funzionale

ACCANTO ALLA VERSIONE CARTACEA OGGI PREVEDETE ANCHE ALTRI STRUMENTI PIÙ RISPONDENTI ALLE MUTATE ESIGENZE DEGLI UTILIZZATORI DELLA VOSTRA GUIDA?

■ Il supporto cartaceo è sempre molto consultato, è semplice da utilizzare, non richiede tecnologie avanzate. Il CD Selection International (bilingue) è diventato invece uno strumento di direct marketing, pubblica solo gli inserzionisti della guida Tuveri e offre altre possibilità di ricerca. Infine www.transportonline.com è il media più evoluto, completa i servizi con applicazioni innovative, rivolte al business e all'informazione.



CHE DIRE DEL VOSTRO PORTALE?

■ www.transportonline.com nasce per dare visibilità on-line ai nostri clienti inserzionisti. E' in cinque lingue e ha un nome facilmente memorizzabile dagli operatori internazionali. Ci ha permesso di ampliare i nostri servizi informativi con news quotidiane e di interagire con la community delle aziende registrate con il Cerco & Offro. Abbiamo un'area Expo con cataloghi di prodotto, banner pubblicitari, servizi redazionali in primo piano sulla home page. Le aziende sono catalogate sulle Logistics Yellow pages. La registrazione è gratuita (ovunque nel mondo) e possono registrarsi aziende committenti (industrie e commercio), società di trasporto e logistica, aziende di forniture e servizi. Tali realtà ricevono una login e una password, possono accedere all'area utente per personalizzare la password e il proprio profilo aziendale, indicando i

UN'ESPERIENZA VENTENNALE

- 1988 Guida Tuveri diventa nazionale
- 1995 inizia l'era dell'editoria elettronica e Publitrans pubblica il Tuveri CD
- 1996 nasce www.transportonline.com il primo portale multilingue dedicato a trasporto e logistica delle merci
- 2005 nuova versione bilingue del CD selection International
- 2006 nuova versione di transportonline.com
- 2008 sviluppo di [transportonline](http://transportonline.com) su Google

La diffusione delle informazioni è sempre gratuita alle aziende che acquistano servizi e forniture per il trasporto e la logistica delle merci, in Italia e all'estero. L'edizione è annuale e prevede 40.000 copie (a settembre), un Cd "Selection International", con edizione annuale in 60.000 copie (ad aprile), cui si affianca il sito www.transportonline.com

servizi offerti. E ancora possono aggiornare costantemente i dati pubblicati, utilizzare Cerco & Offro e gli altri servizi.

QUAL È IL PROFILO DEL VOSTRO INSERZIONISTA?

■ Tutte le aziende che offrono servizi per la movimentazione delle merci, spedizionieri e trasportatori, nazionali e internazionali, nonché le aziende forniture

di apparecchiature e impianti per il trasporto e la logistica delle merci.

E QUELLO DEI VOSTRI LETTORI?

■ Tutte le aziende che movimentano merci in Italia o all'estero e che desiderano conoscere i servizi e gli operatori per ottimizzare l'organizzazione della loro filiera logistica, avere nuove opportunità ed essere informati. ■

S.A.F.I.M. LOGISTIC GROUP

LOGISTICA TOTALE
...dal 1934

DEPOSITI MERCI • MAGAZZINI FRIGORIFERI DA +4 A -25°C • MAGAZZINO DOGANALE 'A' • LOGISTICA INTEGRATA 'AD HOC' CON PIATTAFORME LOGISTICHE PER LA GDO • TRANSIT POINT • FACCHINAGGIO E GESTIONE MAGAZZINI E MERCI IN OUTSOURCING • GESTIONE AUTOMATIZZATA GIACENZE E FLUSSI • LAVORAZIONI CONTO TERZI • TRACCIABILITÀ HACCP • TRASPORTI

S.A.F.I.M. Srl
Via Superba Gallina 22/28 Fratz. Palermo 10060 NICONE (TO)
Tel: 011-550.71507-8 Fax: 011-550.7160

www.safim-srl.it

PADOVA, CITYPORTO COMPIE SEI ANNI DI NOTEVOLI SUCCESSI

Il servizio di city logistics è attivo dal 2004; vede impegnati importanti attori del settore pubblico, quali il Comune, la Provincia, la Camera di commercio e l'Interporto di Padova.

di **Federico Paluan e Irene Zaino**



PAOLO PANDOLFO

Cityporto è un servizio di city logistics attivo fin dal 2004 a Padova grazie ad un accordo di programma che ha coinvolto con diversi ruoli e differenti competenze i principali attori pubblici della città, vale a dire Comune, Provincia, Camera di Commercio, APS Holding e Interporto di Padova S.p.a. Proprio ad aprile di quest'anno è stato dunque superato il sesto anno di tale innovativa attività, progettata, sviluppata e gestita da Interporto di Padova S.p.a. fin dal suo inizio". Esordisce così Paolo Pandolfo, direttore Logistica-Real Estate di Interporto di Padova-Magazzini Generali S.p.A.

COME FUNZIONA ESATTAMENTE?

■ A Padova gli operatori del trasporto che devono consegnare in città conferiscono le consegne a un centro di raccolta interportuale da cui partono i mezzi a basso impatto ambientale (a metano ed elettrici) che completano "l'ultimo miglio" per conto di ogni operatore. Grazie a Cityporto si ottengono tre effetti molto positivi: razionalizzazione del traffico con utilizzo di molti meno mezzi rispetto a una situazione di consegne "libere"; miglioramento dell'impatto ambientale mediante l'utilizzo di mezzi più "puliti"; più efficienza della distribuzione con consegne più regolari in tutti i giorni lavorativi.

QUALI SONO LE CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO?

■ Cityporto è un servizio per gli operatori e nato fin dalla sua fase progettuale in collaborazione con i corrieri che lavorano a Padova. E' un servizio con adesione "volontaria", cioè il conferimento della merce non è obbligatorio, ma aperto a una libera contrattazione Interporto - operatori che sfocia in un contratto specifico con indicazione di attività, tariffe e livelli di servizio. In ogni caso il trasportatore può confluire

re tutto, parte o anche niente rispetto alla merce gestita per il centro, scegliendo di volta in volta le migliori opportunità. Chiaro che il miglioramento delle prestazioni di cityporto è funzionale anche ad aumentare l'attrattività rispetto al mercato potenziale.

COME AVETE ORGANIZZATO L'ATTIVITÀ?

■ Un'attività di citylogistics si occupa di un piccolo tratto del trasporto per cui anche le tariffe devono essere proporzionate e quindi occorre calibrare i costi di gestione al minimo. Non esiste una società ad hoc, Cityporto è un'attività interna a Interporto Padova, diretta e gestita operativamente direttamente dalla divisione logistica interportuale. Dopo la contrattualizzazione con gli operatori, se le consegne sono in buon numero, viene creata un'interfaccia di comunicazione fra software gestionale del cliente e gestionale di Interporto/Cityporto, ciò permette di avere già caricate le consegne nel sistema al momento dell'arrivo del mezzo a magazzino (con grande risparmio di tempo ed evitando errori causati da inserimenti manuali). La merce viene quindi smistata dal responsabile di magazzino per formare i "giri" dei singoli mezzi, mentre gli autisti si occupano di caricare il proprio mezzo anche con l'utilizzo di palmari in radiofrequenza. Alla partenza, ogni consegna può essere seguita via GPS in apposito sito web da ogni singolo operatore fino al messaggio in tempo reale dell'avvenuta consegna della merce.

COME MAI QUESTO TIPO DI SERVIZIO NON SI DIFFONDE ANCHE IN ALTRE CITTÀ?

INQUINAMENTO AL RIBASSO

I benefici totali generati dall'implementazione del servizio Cityporto, calcolati in un lasso di tempo di 15 mesi, sono stati pari a 174.600 euro. Inoltre la differenza tra percorrenze evitate e percorrenze effettuate con Cityporto determina una netta diminuzione dei chilometri percorsi nel centro storico di Padova, con una media di 11 mila chilometri/mese. Sempre nell'arco di 15 mesi e con 6 mezzi impiegati gli inquinanti sono diminuiti parecchio; in particolare l'anidride carbonica è scesa a 38,4 tonnellare, il monossido di carbonio a 202 chili, gli ossidi di azoto e di zolfo rispettivamente a 16,3 e a 58,1 chili, mentre le polveri sottili PM10 si sono assestate su 41,4 chili.

■ Dal punto di vista teorico sembra un modello semplice, ma la citylogistics è un mix di interessi che spesso è molto difficile far marciare con modalità e tempi compatibili. Da un lato, infatti, i soggetti promotori e gestionali sono di natura pubblica con interessi di tipo collettivo, mentre dall'altro gli operatori che lavorano nella quotidianità del mercato spesso non possono adeguarsi a formalità ed esigenze procedurali imprescindibili nel mondo pubblico. Per questo motivo, un soggetto come Interporto di Padova (S.p.a controllata dai soggetti pubblici locali) è ideale in quanto fa coesistere una sensibilità pubblica e un approccio neutrale verso gli operatori del trasporto con una storica capacità gestionale. Ovviamente molte città sono costrette a partire da un livello meno "preparato" dal punto di vista logistico e quindi le cose si possono complicare. Ad oggi, stiamo collaborando con varie città per contribuire alla diffusione di questo modello che aiuta a migliorare la vivibilità dei centri urbani.

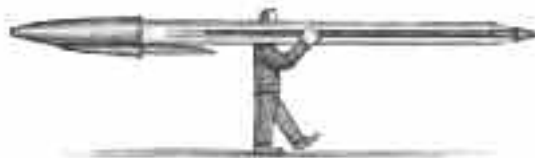
QUALI SONO DUNQUE I BENEFICI AMBIENTALI?

■ Tali benefici sono stati davvero notevoli (per le indicazioni numeriche rimandiamo al riquadro in alto, ndr), con tutti gli indicatori responsabili dell'inquinamento ambientale in forte discesa, come ha rilevato l'Università Bocconi di Milano, che ha effettuato uno studio ex-post comparando il nuovo modello gestionale con ciò che sarebbe accaduto utilizzando la precedente dotazione di mezzi alimentati a gasolio e circolanti nel centro di Padova.

QUALI I RISULTATI DI TRAFFICO DELL'ULTIMO ANNO?

■ Abbiamo risentito anche noi della crisi generale che ha colpito tutte le tipologie di traffico merci, ma i dati sono abbastanza buoni; ringraziamo in particolare per la professionalità la Cooperativa Portabagagli di Padova, che svolge il servizio con grande dedizione e precisione. Da gennaio 2006 a dicembre 2009, la flotta Cityporto ha effettuato più di 248.700 consegne per un totale di oltre 1.400.000 colli. ■

DICHIARALA TU LA PACE!



CON IL TUO 5XMILLE PER GLI OSPEDALI DI EMERGENCY

Con il 5xmille puoi trasformare la tua dichiarazione dei redditi in una vera e propria "dichiarazione di pace".

Devolvendo il 5xmille a favore di Emergency puoi sostenere i nostri ospedali, i medici e gli infermieri che da 16 anni offrono cure alle vittime della mine antiuomo, della guerra e della povertà. Oltre 3 milioni e mezzo di persone curate in Afghanistan, Cambogia, Iraq, Repubblica Centrafricana, Sierra Leone, Sudan e in Italia.

Con il tuo contributo, senza costi per te, parteciperai alla costruzione di un progetto di Pace reale.



CODICE FISCALE
971 471 101 55

EMERGENCY
www.emergency.it

LINDE APRE UNA FILIALE A MILANO

Si trova esattamente a Colturano, a una ventina di chilometri dal capoluogo lombardo. La direzione è affidata a Simone Marmonti.

di **Andrea Brandinali**

Linde Material Handling Italia, filiale italiana dell'omonima multinazionale tedesca, ha inaugurato la propria succursale di Colturano (Milano) per 'scendere in campo' e seguire il mercato di Milano, Lodi e provincia, sia dal punto di vista commerciale che di service. Questa nuova filiale affiancherà la fitta rete di concessionari esclusivisti Linde sparsi in tutto il territorio nazionale. *"Oggi il mercato richiede iniziative particolari per le quali la gestione diretta della casa madre è sicuramente la giusta soluzione, soprattutto in questo momento economicamente critico e in una area geografica nevralgica e con un forte potere d'acquisto come quella dell'hinterland milanese"* - spiega Angelo Maino, direttore commerciale di Linde Italia - *"L'apertura della filiale di Milano non rappresenta per Linde un' inversione di marcia ma - al contrario - un'ulteriore opportunità per "schiacciare l'acceleratore" del nostro business e per soddisfare ulteriormente le speciali richieste del mercato"*. La vicinanza permetterà infatti alla Casa tedesca di collaborare direttamente alla riuscita delle aspettative dei suoi clienti e alla soluzione delle loro varie problematiche logistiche, con l'opportunità di una crescita congiunta. In definitiva Linde vuole diventare a livello nazionale un fornitore /partner che vende soluzioni prima del prodotto e che sia

un riferimento per la qualità e l'affidabilità del servizio, permettendo al cliente di concentrarsi maggiormente sugli sviluppi del suo business. La vicinanza e la conoscenza del mercato che questa nuova filiale fornirà, nonché i feed-back derivanti dall'analisi dell'operato di

La Casa tedesca punta a essere un fornitore e un partner che vende, oltre al prodotto, anche soluzioni

Linde, getteranno le basi per iniziative e strategie che potranno essere estese anche alla rete dei concessionari, aumentando la qualità e l'efficacia del supporto al network Linde e di conseguenza del volume di affari.

"Viceversa - dice Maino - avremo la possibilità di attingere dalla grande esperienza della nostra rete vendita, che spesso è stata in grado di elaborare iniziative estremamente lodevoli. L'interscambio di informazioni, esperienze, proposte e

soluzioni non farà altro che aumentare il nostro livello di professionalità e il successo che ne conseguirà per tutto il gruppo. Il motto di questa nostra nuova impresa? Innovare per crescere!"

Responsabile della filiale milanese è Simone Marmonti. Milanese, diplomatico, appena quarantaduenne ma con una esperienza quasi ventennale nel settore dei carrelli elevatori - sia dal punto di vista tecnico che commerciale. *"È un onore per me far parte della squadra Linde - afferma Marmonti - l'hinterland milanese inoltre è un'ottima piazza per metterci alla prova in questa nuova mission: si tratta infatti di un mercato sicuramente importante e attrattivo, non solo per la concentrazione di grandi aziende ma anche per la forte presenza di realtà che rimangono trainanti in questo momento di recessione - come la GDO - o di situazioni dalla gestione complicata e quindi stimolante quali le cooperative di servizi logistici."* ■



DECOLLO UFFICIALE PER "TMH" ITALIA

A un anno dall'annuncio, si concretizza il processo di fusione tra Toyota Carrelli Elevatori Italia e BTCesab. La sede è a Casalecchio di Reno.

di **Giovanna Galé**

A circa un anno dall'annuncio, il processo di fusione tra le società Toyota Carrelli Elevatori Italia e BTCESAB si è compiuto. E il 1° aprile 2010 si concretizza con il lancio ufficiale della nuova società, Toyota Material Handling Italia Srl. Si realizza così, anche nel nostro Paese, ciò che a livello europeo ha iniziato a prendere forma già dal 2006, quando, con la creazione di Toyota Material Handling Europe (TMHE), il gruppo nipponico ha iniziato un processo di riorganizzazione della propria presenza nel continente europeo, integrando di fatto le attività di due importanti realtà del settore della movimentazione delle merci, l'organizzazione Toyota e quella BT. Toyota Material Handling Italia (TMHIT) sarà un ulteriore tassello del grande disegno. Un tassello importante dal momento che quello italiano è il terzo mercato della movimentazione industriale in Europa, dopo Germania e Francia.

"E' stato un anno di duro lavoro, che ci ha visto impegnati in una complessa attività di integrazione tra le due realtà esistenti da anni e ormai consolidate sul territorio - afferma Leonardo Salcerini, managing director della neonata società - Abbiamo dovuto capire i processi, distribuire le risorse, dimensionare gli spazi, favorire le sinergie e stimolare nuove soluzioni. Se a



questo poi si aggiunge una situazione economica tra le più difficili degli ultimi dieci anni, si può ben capire la complessità dell'operazione appena terminata. Le precedenti società hanno portato in dote un ricchissimo patrimonio: la tradizione dei tre marchi commercializzati Toyota, BT e Cesab, la solidità di due reti

Prevista anche la creazione di alcune strutture periferiche come, ad esempio, le filiali di Bologna e di Torino

commerciali composte complessivamente da oltre 90 organizzazioni, l'esperienza e il know-how acquisiti in anni di presenza sul mercato. TMHIT oggi prosegue di fatto l'attività commerciale di due realtà che negli anni hanno saputo guadagnarsi la fiducia di clienti e partner". La nuova società ha sede a Casalecchio di Reno

(Bologna), trae le linee guida dal quartier generale di TMHE a Bruxelles e può contare su un consiglio di amministrazione composto dai massimi vertici europei della società, indice questo dell'importanza e dell'attenzione che il gruppo pone verso il mercato italiano. La nascita di TMHIT ha comportato anche la creazione di alcune strutture periferiche, le due filiali di Bologna e Torino, per le quali sono state in parte riorganizzate le risorse esistenti e in parte integrato nuovo personale.

Salcerini conferma per Toyota Material Handling Italia l'ambizioso obiettivo che aveva comunicato in occasione dell'annuncio di fusione, e cioè di raggiungere il 27 per cento del mercato nel 2014, grazie a una forte strategia di gruppo, a un portafoglio di prodotti e di servizi tradizionalmente molto ampio e di qualità elevata. ■

IN CITTA' ARRIVANO I 'FREE DUCK' DI UPS

Con questi quadricicli il corriere espresso affronta e risolve il problema della distribuzione urbana delle merci in chiave ecologica.

di **Marco Cattaneo**

L'express courier UPS ha deciso di testare in Italia l'utilizzo di una mini-flotta di veicoli elettrici-ibridi, prodotti da Ducati Energia, ai quali verranno affidate le consegne espresse nei centri storici. I Free Duck, questo è il nome dei quadricicli "verdi", verranno impegnati dai fornitori autorizzati UPS per il servizio di ritiro e consegna di piccoli pacchi nei centri storici di Milano, Torino, Genova e Catanzaro. La notizia è stata data nel corso di una conferenza stampa tenutasi a Milano, alla quale hanno partecipato Frank Sportolari,

country manager UPS Italia, Federica Guidi, direttore generale di Ducati Energia (nessuna parentela con l'azienda motociclistica) e Carol Z. Perez, console generale degli Stati Uniti a Milano. L'Italia è il primo Paese in cui UPS avvia questo tipo di sperimentazione.

I Free Duck, già utilizzati da Poste Italiane in una versione più leggera, sono dei quadricicli a trazione elettrica/ibrida con una autonomia media di 50 chilometri in modalità elettrica e di circa 200 chilometri in modalità ibrida. I dati tecnici di Ducati Energia sono molto incoraggianti: in modalità elettrica le emissioni di CO² sono abbattute del 100%, mentre in modalità ibrida si arriva a una riduzione del 76% rispetto a un mezzo convenzionale a benzina. I veicoli personalizzati per UPS sono dotati di un baule con capacità di stoccaggio di 300 litri (180 quelli utilizzati da Poste Italiane) e sono dotati di un ulteriore vano di carico al posto del sedile passeggero per massimizzare la capienza del mezzo, permettendo di effettuare circa 30 consegne nei centri storici in modalità eco-sostenibile.

L'iniziativa di UPS è coerente con una filosofia aziendale che fa del **ridurre, riutilizzare, riciclare** un vero e proprio imperativo d'azione. Nel caso delle consegne espresse si traduce in una ricerca dell'ottimizzazione dei flussi logistici. *"Ridurre le percorrenze chilometriche è un modo per risparmiare energia, proteggere le risorse naturali e far crescere il business"* afferma Sportolari, sottolineando come l'offerta di servizi "verdi" sia perfettamente compatibile con l'efficienza economica aziendale.

Si tratta di veicoli con un'autonomia di 50 chilometri in modalità elettrica e di 200 chilometri in modalità ibrida

"Con oltre 99 mila veicoli, UPS ha una delle flotte più numerose al mondo. Di essi, circa 26 mila sono a bassa emissione e circa 2.200 utilizzano carburanti alternativi" - ha spiegato Sportolari - *Per una società delle nostre dimensioni è importante essere all'avanguardia nell'adozione di tecnologie che limitino le emissioni e migliorino l'efficienza energetica".* In Italia la flotta è composta da circa 1.300 mezzi, molti dei quali sono già a bassa emissione. I Free Duck sono i primi veicoli a emissioni zero. Nelle intenzioni di UPS si prevede una crescita dell'utilizzo di questi e di altri veicoli ecocompatibili per la distribuzione di pacchi e plichi nei centri storici e, comunque, nelle aree dov'è necessario contenere l'impatto ambientale delle merci. ■



Tecnica

La professionalità e l'esperienza di BSL ne fanno il partner ideale per la gestione di soluzioni logistiche.

Flessibilità

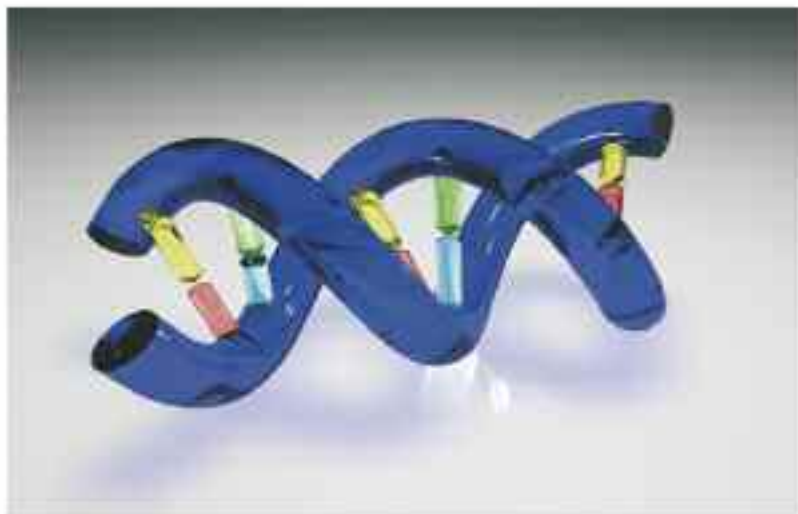
Il forte orientamento al Cliente assicura il continuo miglioramento dei processi e delle performances.

Dinamica

BSL, attraverso un attento e continuo studio delle esigenze del settore, offre una logistica di nuova generazione, una logistica a 360°.

Veloce

L'attitudine al problem solving e la conoscenza del settore costituiscono il valore aggiunto di BSL.



Logistica_da sempre

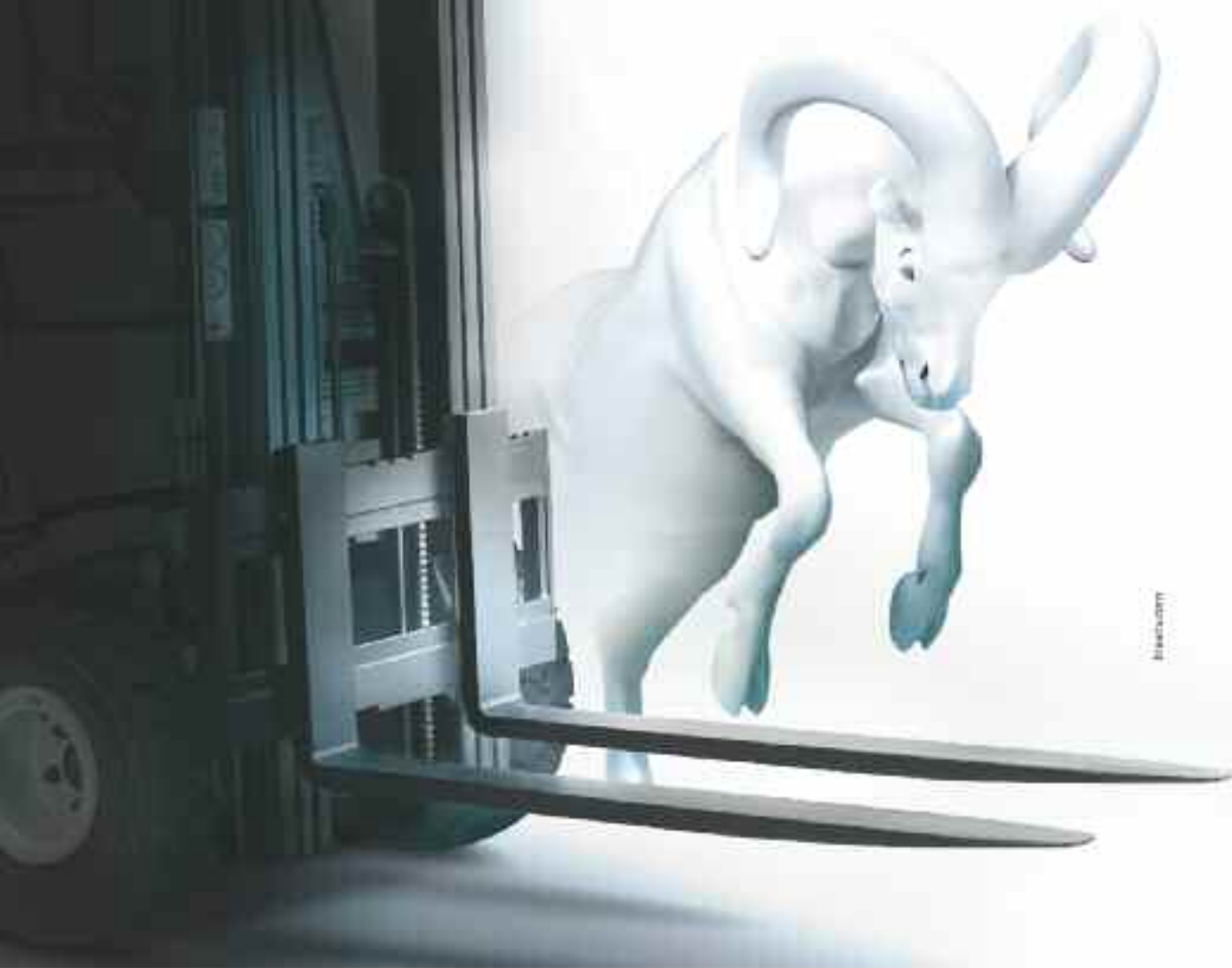
BSL, grazie all'esperienza ormai quarantennale della famiglia imprenditrice e dei managers di cui si avvale, ha sviluppato specifiche professionalità per la gestione di soluzioni logistiche "su misura" per meglio soddisfare le esigenze e le strategie dei Clienti.



www.bsl-spa.it

Aprile 2010
SOTTO IL SEGNO DELL'ARIETE

Nasce TOYOTA MATERIAL HANDLING ITALIA



STUDIO

Ariete: Determinato e grintoso, ma sempre leale, ama le sfide e le vince.

Aprile 2010, nasce Toyota Material Handling Italia ed è subito leader. La tradizione dei tre marchi commercializzati Toyota, BT e Cesab e la solidità di due reti commerciali composte complessivamente da oltre 90 organizzazioni sono la nostra forza. L'esperienza ed il know how acquisiti in anni di presenza sul mercato ci rendono competenti ed in grado di vincere ogni sfida. Costruiamo rapporti di fiducia, perché anticipiamo le esigenze del Cliente e ne rispettiamo il valore. www.toyota-forklifts.it