



Stefano Cavezzale (Vanderlande)

"PUNTIAMO
A FAR CRESCERE
LA COMPETITIVITÀ
DEI NOSTRI CLIENTI"

IL FUTURO SARA' SEMPRE PIU' MULTIMODALE?

OUTSOURCING

Sbarco italiano
per il modello "4PL"

PARLA MILENA FICO

Tecnologia e formazione
le carte vincenti di TCR

ASSOLOGISTICA

Il "TMD" superstar
all'assemblea di Trieste



Impegno eccezionale

La logistica da un diverso punto di vista

I mercati sono in evoluzione e i bisogni e le aspettative della supply chain stanno cambiando. L'esigenza di una supply chain efficiente rimane, anzi cresce.

In CEVA, i nostri esperti di supply chain sono impegnati a costruire partnership forti e durature con i Clienti. I nostri team hanno la conoscenza specifica del settore e lavorano al tuo fianco per fornire soluzioni efficaci e generare efficienze per il tuo business. Questo è il modo in cui possiamo lavorare insieme per trasformare la tua supply chain.

Non è arrivato il momento di vedere la supply chain da un diverso punto di vista? Noi crediamo di sì.

Altre informazioni su come trasformare la tua supply chain all'indirizzo
www.cevalogistics.com



Making business flow

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.euromerci.it
e-mail: redazione@euromerci.it

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

Direttore responsabile
Jean Francois Daher

Vice-direttore
Ornella Giola
e-mail: ogiola@euromerci.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@euromerci.it

Intervista a Stefano Cavezzale di Vanderlande Industries

**"AIUTIAMO I NOSTRI CLIENTI
A CRESCERE IN COMPETITIVITÀ"**

2

Outsourcing

**ANCHE IN ITALIA ARRIVA
LA NUOVA FIGURA DEL "4PL"**

6

Intervista a Milena Fico di TCR

**"PER NOI LA TECNOLOGIA
HA UN RUOLO PRIORITARIO"**

10

Furti nei punti vendita

**LADRI SEMPRE PIU' SOTTO TIRO,
SOPRATTUTTO NEL NOSTRO PAESE**

12

Attualità

**MA A COSA SERVE
IL BILANCIO SOCIALE?**

20

Trend

**E-COMMERCE "B2C"
IL GRANDE SALTO**

22

FOCUS Trasporto intermodale

**QUALI STRATEGIE
NEL FUTURO DI UIR**

28

E' ACCADUTO A...

ASSOLOGISTICA NORD EST

30 GIORNI

52
54
56

REALTA' IN MOVIMENTO

unicar

PARTNER NEI PROBLEMI

Leader nelle soluzioni

Servizio Clienti

800-91.18.38

Yale

People. Products. Productivity.



www.unicar-yale.it

"LA COMPETITIVITA' DEI CLIENTI CON NOI CRESCE"

Il manager della divisione italiana di Vanderlande Industries spiega obiettivi e mission della sua azienda, leader nel settore dell'automazione.

di **Ornella Giola**



STEFANO CAVEZZALE

"Vanderlande Industries ha come obiettivo il miglioramento dei processi aziendali e della posizione competitiva dei suoi clienti, fornendo loro sistemi di movimentazione automatizzata dei materiali. I nostri sistemi e i servizi associati consentono una movimentazione dei materiali veloce, affidabile ed economica presso i centri di distribuzione, di smistamento e anche negli aeroporti". Esordisce così Stefano Cavezzale (manager della divisione italiana di Vanderlande), che incontriamo negli uffici di Saronno. La casa madre della società è in Olanda (vicino a Eindhoven), ma uffici Vanderlande sono sparsi in giro per il mondo, Cina e India comprese. Il suo

fatturato ammonta a 600 milioni di euro e tra i clienti annovera società quali Amazon, Tesco, Next, ecc.

SISTEMI AUTOMATIZZATI PER LA LOGISTICA DISTRIBUTIVA DEI MAGAZZINI, SISTEMI DI SMISTAMENTO PER BAGAGLI E SISTEMI DI SMISTAMENTO PER CORRIERI ESPRESSI SONO LE TRE AREE DI VOSTRA SPECIALIZZAZIONE. QUANTO INCIDONO PERCENTUALMENTE NEL VOSTRO BUSINESS?

■ Il 49% del nostro fatturato è generato dai sistemi per lo smistamento bagagli per gli aeroporti, dove siamo leader a livello mondiale. Seguono poi con il 21% le soluzioni destinate ai corrieri, tra cui anche l'italiana Bartolini per la quale abbiamo realizzato ben 18 impianti. Le soluzioni per

"Dei tre segmenti di specializzazione quello dell'automazione della logistica distributiva genera il 15% del nostro fatturato"

il material handling nella distribuzione generano il 15% del nostro turnover ed è in questo segmento che intendiamo crescere maggiormente, soprattutto in Italia, dove le

QUAL È IL VOSTRO CLIENTE TIPO?

■ Oltre che a clienti di grandi dimensioni ci rivolgiamo pure in Italia a realtà medio-piccole; diciamo che il nostro cliente di riferimento dovrebbe poter realizzare un impianto automatizzato da 1 o 2 milioni di euro. Ovviamente siamo in grado di proporre e realizzare anche impianti da 3-5 milioni e oltre.

IN ITALIA SIETE PRESENTI CON UNA VOSTRA SEDE DAL 2007. AVETE GIÀ REALIZZATO QUALCHE IMPIANTO NEL SEGMENTO LOGISTICO?

■ Per la società Sacchi Elettroforniture abbiamo automatizzato un im-



Archivio Vanderlande

UN RAPPORTO DI PARTNERSHIP

pianto (nell'area brianzola) per il prelievo automatico con sistemi minilo ad dall'elevata produttività (evadono mille righe di ordini all'ora).

QUALI VANTAGGI UNA SOCIETÀ COME LA VOSTRA PUÒ OFFRIRE A UN CLIENTE ITALIANO?

Innanzitutto i nostri clienti, qui in Italia, possono contare su una struttura che parla la loro stessa lingua; il che è importante specie dal punto di vista degli aspetti più tecnici delle soluzioni che andremo a implementare. A contratto concluso, la soluzione (elaborata e costruita dai tecnici del nostro team olandese) viene gestita da un project manager italiano, che segue tutto il progetto e, una volta consegnata la soluzione al cliente, cura - con personale italiano - pure tutta l'attività di post-vendita.

SIETE SPECIALIZZATI IN QUALCHE PARTICOLARE TIPO DI SOLUZIONE AUTOMATIZZATA?

■ La tipologia di impianti realizzati da

“Il cliente viene da noi quando ha un problema da risolvere; ci dà i suoi dati e noi risolviamo le sue criticità traducendole in impianti. Il tutto in un rapporto autentico di partenariato”, spiega Cavezzale, il quale ricorda anche come Vanderlande ha ben presente il ruolo svolto dalle persone all'interno dei magazzini. “Il nostro sistema CPS – Compact Picking System - dice - è l'ideale per il picking di prodotti piccoli, a media o bassa rotazione. Il cuore del sistema è la stazione PICK@EASE che permette di ottenere performance altissime e con poco stress, grazie alla sua ergonomia”.



Vanderlande è davvero molto vasta, con la proposta di una notevole quantità di macchinari e con un team di specialisti che può spaziare tra tantissime soluzioni, adattandole nel migliore dei modi alle necessità del singolo cliente, anche italiano.

QUAL È LA VOSTRA MISSION IN ITALIA?

■ Fare in modo che i nostri clienti migliorino la loro competitività grazie ai sistemi che siamo in grado di propor-

re e realizzare; usare e tradurre le nostre esperienze nella realtà italiana per efficientare il sistema logistico del cliente. Mentre nel nord Europa viene richiesto un livello di servizi molto elevato, questo stesso processo sta iniziando solo ora nel sud Europa, ma si tratta di un'evoluzione inevitabile e anche il sud del Continente, Italia inclusa, sta compiendo i primi significativi passi per effettuare un salto di qualità in questa direzione.

COME MAI QUESTO GAP TRA NORD E SUD DEL CONTINENTE?

■ Ci sono alcuni fattori che spiegano il perché nel nord Europa l'automazione è decisamente più spinta, a cominciare dall'elevato costo della manodopera, da una maggiore attenzione all'ergonomia del posto di lavoro e dalla totale assenza di realtà come le cooperative, che invece sono un fenomeno tutto italiano.

CHE COSA SI STA INIZIANDO A INTRAVEDERE ANCHE DA NOI?

■ Far combaciare le capacità logistiche delle aziende col livello (crescente) di servizio richiesto dai clienti sta diventando sempre più difficile e con i sistemi tradizionali non ci si sta più dentro. E così stanno prendendo pie->





de concetti nuovi: invece di rifornire il negozio una volta alla settimana, si utilizza il magazzino (se ciò è possibile) come spazio di vendita e si rifornisce il negozio una volta al giorno. Dietro a questo modo di agire c'è una rivoluzione logistica formidabile, con uno sconvolgimento del mondo, classico e interamente italiano, del pallet, per andare verso la movimentazione di contenitori sempre più piccoli, in primis cassette da 20 chili. Tutto questo richiede un efficientamento e un'ottimizzazione degli spazi di magazzino. Di qui la necessità di fare un salto, abbandonando i sistemi tradizionali e abbracciando l'automazione. E a questo punto entriamo in gioco noi.

IN QUALE MODO?

■ Suggestendo la soluzione che meglio si addatta alle singole necessità. Questo è come ci piace lavorare, entrando creativamente con le nostre proposte da sottoporre al vaglio del cliente. Non ci piace invece lavorare secondo lo stile delle gare d'appalto pubblico, con tanto di capitolato predefinito; è un atteggiamento quest'ultimo che annulla il reale valore aggiunto che siamo in grado di offrire.

“I 3PL hanno una certa diffidenza verso l'automazione, la quale aggiunge elementi di rigidità, ma anche parametri elevati di efficienza”

QUALE È, SECONDO LEI, LA RAGIONE VERA CHE FRENA IL PROCESSO DI AUTOMAZIONE PRESSO I 3PL?

■ Il problema sta nel fatto che questi operatori lavorano con contratti di outsourcing dalla durata troppo breve, anche se reiterati nel tempo. Se si ragiona con contratti almeno quinquennali un investimento in automazione può avere senso. Un 3PL è molto attento a efficienza e a ritorno dell'investimento, sennò il suo lavoro sarebbe inutile. Siamo in una condizione differente rispetto a quella di un produttore, che deve invece accrescere in primis la sua competitività.

CIO' VALE ANCHE NEL CASO DEI 4PL?

■ No, nel caso di contratti siglati da quarte parti logistiche l'automazione acquista un significato diverso e importante, anche se gli operatori logistici sono in parte frenati dal fatto di avere scarsa esperienza dell'automazione. Il nostro compito è quindi quello di renderli meno scettici: l'automazione aggiunge sì elementi di rigidità, ma anche parametri di efficienza estremamente elevati. Se il sistema è ben studiato, funziona. Il problema si può aggirare consenten-

do agli operatori logistici di accedere all'automazione per gradi, con sistemi semplici ed espandibili, tenendo presente che esiste un "entry level" al di sotto del quale non ha senso investire.

QUALI OBIETTIVI AVETE PER IL NOSTRO PAESE?

■ Il mercato ha buone possibilità di crescita e nei prossimi quattro anni potremmo raggiungere i 20 milioni di euro di fatturato. ■



Ci piace
che siano altri a
parlare di noi.



Dopo Germania,
Benelux,
Austria
e Svizzera,



FIEGE
è il partner logistico
di **DIAGEO**
anche in Italia.



DIAGEO

The world's leading premium drinks company



FIEGE

The World of Logistics

IL NUOVO AVANZA, ANCHE IN ITALIA

Nel nostro Paese si fanno strada operatori attivi in ruoli inediti, che mirano a una gestione più integrata e strutturata dei servizi logistici.

di Paolo Sartor

In seguito alla mondializzazione dei mercati e all'aumento dei flussi a livello internazionale le catene logistiche sono diventate sempre più complesse. La moltiplicazione degli attori all'interno di esse crea problemi di direzione, coordinamento e responsabilità. E così il farsi strada dell'offerta 4PL (quarte parti logistiche) è la conseguenza di questi mutamenti: tale tipo di attività permette a un caricatore, un produttore o un distributore di beneficiare di una prestazione di servizi globale e integrata ai flussi delle merci e delle informazioni dentro a una catena logistica sempre più complessa. Questo da un lato ha determinato un processo di concentrazione tra i principali leader internazionali della logistica, dall'altro ha indotto operatori come spedizionieri e "mto" (operatori di trasporto multimodale) a espandersi nell'area dei servizi logistici, proponendosi come interlocutori "unici" per l'intera catena di approvvigionamento e distribuzione, attraverso acquisizioni mirate e lo sviluppo autonomo di competenze logistiche, anche inedite.

Una categoria di operatori che si sta affacciando sul mercato - destinata ad assumere un ruolo di fondamentale importanza strategica - è rappre-

sentata dunque dai 4PL (fourth party logistics provider). Si tratta di operatori che possono svolgere le attività che vengono tipicamente terziarizzate a un 3PL (ricevimento, etichettatura,

La figura della "quarta parte logistica" è una diretta conseguenza della mondializzazione dei mercati

spedizione, ritiro resi, gestione anomalie, ecc.) cui aggiungono attività supplementari (amministrative, di controllo, finanziarie, ecc.) connesse alla logistica o collaterali ad essa, relativamente alle quali un'impresa produttiva non ha competenze, possibilità o volontà di svolgerle al proprio interno. Nello specifico i 4PL, (sorti e sviluppati nel mercato nord americano) agiscono soprattutto a livello strategico, fissando obiettivi assieme al proprio cliente e proponendo interventi di re-engineering e controllo diretto dell'intera supply chain. Possono operare anche a livello tattico-operativo, ma solo attraverso accordi con subfornitori e 3PL. Offrono inoltre servizi di consulenza direzionale e interventi tecnologici e informatici, per gestire la filiera logistica con un approccio sistemico. Oggi i 4PL vengono scelti da grandi imprese operanti su scala internazionale, le quali - nel caso in cui abbiano bisogno di

ristrutturare la propria catena logistica - fanno la scelta di esternalizzare l'intero sistema logistico a un'unica organizzazione. In Italia la figura del 4PL è ancora poco conosciuta e sono rarissime le imprese che hanno fatto la scelta di affidar loro l'intera gestione e controllo della supply chain. In estrema sintesi possiamo dire che l'impiego dei 4PL consente di utilizzare un unico interlocutore con una gestione globale e completamente integrato ai flussi delle merci; un'analisi del mestiere e un'attenzione tecnologica che permettono nu-



merose ottimizzazioni; una responsabilità globale rispetto ai clienti, grazie a una rete estesa di dimensione mondiale e una riduzione dei costi.

Da noi alcuni operatori logistici hanno siglato contratti di "fourth party logistics provider", aprendo anche da noi la diffusione di questo innovativo modello di integrazione logistica, ancora poco applicato. E' il caso, per esempio, di Geodis (gruppo SNCF): con l'acquisizione di IBM Global Logistics, piattaforma mondiale di gestione delle attività logistiche dell'IBM, ha firmato col colosso dell'informatica un contratto a lungo termine di gestione dell'intera supply chain (trasporto a monte, a valle, pratiche doganali, gestione di pezzi di ricambio e reverse logistics). "Con questo accordo Geodis diventa l'unico pilota della logistica IBM e ottiene la leadership a livello mondiale dell'of-

COSA SIGNIFICA 4PL

FOURTH PARTY LOGISTIC SERVICE PROVIDER

Fornitore di servizi logistici integrati in modalità di partnership con l'azienda cliente: questo è un 4PL. Si tratta di un'evoluzione del logistic service provider (3PL) più tradizionale, ma con maggiori capacità di tecnologia e di integrazione lungo l'intera catena di fornitura. Risponde al cliente dei risultati complessivi ad alto livello come ad esempio il costo totale della logistica aziendale, scorte incluse. Per questo motivo è detto anche "integratore logistico". I 4PL nascono come naturale evoluzione dei 3PL, al fine di utilizzare la logistica come leva di competitività per la clientela. Il 4PL rappresenta la risposta nuova al bisogno di one-stop-shopping, nonché di utilizzo della logistica come leva di competitività. Spesso viene remunerato con una quota fissa più una percentuale sui risparmi ottenuti col suo intervento. Il leader mondiale del settore (C. H. Robinson Worldwide) fattura oltre 5 miliardi di dollari. Il modello non è ancora molto conosciuto in Italia, anche se secondo recenti studi, il mercato dei 4PL a livello internazionale dovrebbe registrare nei prossimi anni una notevole crescita.

CARATTERISTICHE CHIAVE

- Visione a 360° della supply chain
- Ottimizzazione e pianificazione della supply chain
- Reingegnerizzazione della supply chain
- Deal shaker and maker
- Project management
- Service system and information integrator
- Garanzia di innovazione continua

ferta di servizi 4PL che ci permette di rispondere alle necessità logistiche in più di 120 Paesi", ha detto Pierre Blayau, direttore generale trasporti e logistica di SNCF. "IBM ha dimostrato ai suoi clienti che, in una società integrata su scala mondiale, le aziende

creano ancor più valore quando si concentrano su aree critiche che permettono la differenziazione, mentre cercano di stringere partnership per le attività che non fanno parte del loro core business", gli ha fatto eco Gary S. Smith, executive vice-president per il business 4PL di Geodis.

Altro esempio illustre è quello di Percam. Estremamente chiare, al riguardo, le parole di Marcello Corazzola direttore della divisione logistica e distribuzione Italia dell'operatore e responsabile per l'implementazione del progetto Metro. "Con la gestione e la responsabilità diretta dell'intera logistica di Metro - afferma Corazzola - rispondiamo dei risultati e degli obiettivi che da essa ne derivano. Proporsi al mercato come 4PL non significa solo proporsi per rendere più efficiente la catena logistica, ma modificare radicalmente il rapporto 'cliente-fornitore' rispetto ai classici modelli >



CLASS

Cooperative Logistica Associate



PROGETTAZIONE & SVILUPPO

GESTIONE MAGAZZINI

CONTI LAVORAZIONE

NOLEGGIO E MANUTENZIONI
SERVOMEZZI

SERVIZI GENERALI



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

Tel. 02 488 7171 - Fax 02 4571 3607

www.class-spa.it

Gruppo FBH



di logistica che oggi vengono offerti sul mercato italiano."

L'attività compresa nel progetto, che lega Fercam al tedesca Metro Cash & Carry International GmbH, non si limita infatti unicamente alla gestione logistica, ma comprende l'attività di merchandising, ovvero l'acquisto da vari fornitori nazionali e dell'Estremo Oriente, nonché la successiva rivendita alle società Metro in Europa, provvedendo alla consegna congiunta ai loro CEDI. Con questo modello di outsourcing, l'operatore logistico "si evolve" e contribuisce con il suo know how, specializzato all'ottimizza-

Nel caso del progetto Fercam-Metro, il 4PL si assume anche la responsabilità del capitale investito

zione degli stock del cliente, riducendo drasticamente le scorte di magazzino; favorisce una ottimizzazione del ciclo logistico; garantisce una gestione centralizzata e diretta dei diversi fornitori di Metro e l'evasione del 100% degli ordini di spedizione. *"Il progetto di partnership con Metro - prosegue Corazzola - prevede, oltre alle normali attività di logisti-*

ca integrata, anche la responsabilità del capitale investito, nonché il controllo e la verifica di quantità e qualità basati su precisi livelli di servizio concordati con la Metro." Le merci acquistate da Fercam confluiscono nel centro logistico di Ottobiano (in provincia di Pavia) dove vengono stoccate e successivamente inviate in base alle esigenze dei vari Paesi europei, nei quali la Metro è presente con i propri CEDI. Per poter gestire al meglio tutte le problematiche fiscali è stato creato, all'interno del centro, un apposito spazio doganale classificato come tipo "E" e un deposito fiscale IVA, per gestire le merci provenienti dall'estero, migliorando quindi il cash flow aziendale, grazie alla possibilità di posticipare il pagamento di dazi e IVA delle merci al momento della spedizione ai vari CEDI di Metro. ■

- 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)

"LA TECNOLOGIA? PER NOI E' PRIORITARIA"

Lo dice la general manager, la cui società investe costantemente in tale ambito. Oltre che nella formazione del personale.

di Ornella Giola



MILENA FICO

Milena Fico, general manager di Terminal Container Ravenna (TCR), è una delle poche donne manager del settore. Grazie anche alla sua determinazione TCR sta affrontando a testa alta la crisi che ha colpito i traffici marittimi, scommettendo su elementi importanti quali gli investimenti in tecnologia, nella formazione del personale e nella sicurezza sul lavoro.

QUALI TRENDS STA EVIDENZIANDO IL MERCATO? CRESCONO MAGGIORMENTE I TRAFFICI IN IMPORT OPPURE QUELLI IN EXPORT?

■ Il mercato evidenzia un trend di ripresa e crescita soprattutto nei porti del Tirreno, dove si registrano aumenti dei volumi movimentati a due cifre. Per quanto riguarda i porti dell'alto Adriatico, negli ultimi mesi dell'anno si stanno manifestando lievi segnali di ripresa esclu-

do Koper, che invece ha registrato un grande sviluppo (+35%) rispetto al 2009. Entrando nello specifico di Ravenna, il nostro terminal container sta ancora soffrendo una seria crisi e chiuderà il 2010 quasi in pareggio rispetto al 2009. Se si considera che abbiamo chiuso il 2009 con un - 12,8% rispetto al 2008, possiamo dire che ancora non siamo usciti dal tunnel. I container pieni in import aumentano rispetto allo scorso anno del 6%, mentre quelli in export sono in flessione del 4%, così come sono in ribasso i contenitori vuoti imbarcati e sbarcati. Il transhipment è invece aumentato del 25%.

QUANTO INCIDE LA TECNOLOGIA IN UNA ORGANIZZAZIONE COME LA VOSTRA?

■ Nella nostra realtà è necessario avere sempre strutture tecnologiche (gru di banchina, mezzi di piazzale, magazzini e strutture per i servizi di Sanità Marittima, PIE, area scanner, strutture dedicate ai contenitori frigoriferi) di elevato livello, al fine di garantire un servizio efficiente ai clienti che richiedono elevata produttività, così da limitare al massimo tempi di sosta e oneri conseguenti. Questo vale anche per gli autotrasportatori che hanno l'esigenza di ottimizzare i viaggi giornalieri. Se si vuole essere competitivi occorre quindi investire continuamente ed è per questo che, nonostante la crisi, abbiamo comunque proceduto a effettuare il revamping di tutte le gru di banchina dotandoci di

nuove attrezzature all'avanguardia come gli 'spreaders twin-lift' e alcuni apparati particolari per imbarco e sbarco di pezzi speciali fuori sagoma. Abbiamo pure realizzato una struttura ad hoc per lo stoccaggio dei contenitori frigoriferi che quest'anno raddopieremo.

QUALI I PLUS DEL VOSTRO IL SISTEMA IT (IMMEDIATE TRANSPORT)?

■ Il terminal marittimo è nodo strategico di incontro delle tre modalità di trasporto: mare, gomma, rotaia e quindi la sua competitività dipende dalla celerità del ciclo operativo portuale di trattamento delle merci e dall'efficienza del sistema di trasmissione delle informazioni e della documentazione associata. Per raggiungere tali obiettivi, TCR ha



dovuto agire sull'organizzazione interna del lavoro, utilizzando soluzioni tecnologiche più innovative nel campo dei mezzi di movimentazione, del controllo delle operazioni e dei sistemi informatici e telematici di pianificazione e di comunicazione. Il fattore critico di successo per tutte le attività del terminal è l'ottimizzazione del flusso delle informazioni e la loro gestione. Per questo TCR ha realizzato un collegamento telematico con la comunità degli operatori/attori del trasporto: linee di navigazione, agenti marittimi, spedizionieri, autotrasportatori, mto, dogana, GdF e Port Authority, oltre a gestione operativa in tempo reale, strumenti di supporto alle decisioni, reportistica e statistica interna. Il tutto utilizzando le tecnologie informatiche all'avanguardia e con ingenti investimenti.

COSA FA IN CONCRETO TCR PER GARANTIRE LA SICUREZZA NELL'OPERATIVITÀ?

■ L'attuazione della politica aziendale in termini di sicurezza è pianificata, ottenuta e verificata nel rispetto delle leggi in vigore e per mezzo di un Sistema di gestione della qualità operativo conforme alla norma ISO 9001/2000 in tutte le aree del terminal, un Sistema di

gestione della sicurezza certificato in conformità alla norma OHSAS 18001/2007 e infine un Sistema di gestione ambientale operativo in tutte le aree del terminal secondo la norma

"Il 50 per cento delle 2700 ore dedicate nel 2009-2010 alla formazione ha riguardato la sicurezza"

dell'inquinamento, siamo impegnati mettendo in atto tutte le possibili forme di riduzione dei rischi ambientali delle proprie attività: predisposizione di idonee misure di prevenzione, protezione e monitoraggio, adeguata organizzazione di risposta agli eventi, formazione da parte del personale operativo e del personale impegnato nella gestione delle emergenze.

QUANTO INVESTITE IN FORMAZIONE?

■ Il patrimonio più importante di TCR è rappresentato dal proprio "personale" verso cui l'azienda pone particolare attenzione. Nel 2009 e 2010 le ore di formazione totali per ogni anno sono state 2.700, di cui ben il 50% in materia di sicurezza. Per circa il 40% ci avvaliamo di Fondimpresa, circa il 30% è rappresentato da formazione interna e un altro 30% viene svolto da Enti esterni specializzati. Nel 2009 e 2010 il nostro personale ha seguito vari corsi come ad esempio quelli per patentino di utilizzo piattaforma aerea, per utilizzo defibrillatore, di aggiornamento per gestione rifiuti, per aggiornamento paghe, di inglese, di comunicazione e risorse umane.

QUAL È IL VOSTRO GRADO D'INTEGRAZIONE CON L'INTERMODALITÀ TERRESTRE?

■ TCR offre importanti connessioni intermodali tramite Sogemar, che orga-

ISO 14001/2004. TCR considera sicurezza e tutela della salute dei lavoratori obiettivi primari da perseguire; un dovere con implicazioni etiche ancor prima che giuridiche. Sul fronte della prevenzione

nizza e gestisce, a oggi, 6 connessioni settimanali (in-out) Ravenna - Melzo da cui, tramite la società Hannibal, partono le connessioni oltralpe. Da alcuni mesi, ad esempio, abbiamo iniziato un traffico di contenitori che provengono dalla Russia e destinati al nostro hinterland che consentono un ottimo transit time rispetto al viaggio via nave, con ovvie riduzioni anche dei costi di trasporto. Inoltre abbiamo 4/6 connessioni settimanali in-out tra Ravenna e Modena organizzate e gestite da Italcontainer.

QUALI ASPETTATIVE AVETE NEI CONFRONTI DELL'ASSOCIAZIONE NAPA, NORTHERN ADRIATIC PORT ASSOCIATION?

■ Un elemento determinante dovrebbe essere quello di svolgere attività di promozione degli scali aderenti. I porti del Napa movimentano 132 milioni di tonnellate di merci e 1,5 milioni di teu all'anno e confermano la volontà di continuare a investire in infrastrutture portuali, ferroviarie e stradali. Oggi una buona parte di traffici marittimi tra Europa e Asia provenienti da Suez prosegue oltre Gibilterra e arriva sui mercati europei attraverso i porti del Mare del Nord ed è per questo che i porti del Napa potranno inserirsi negli scambi commerciali con proposte competitive dato che l'alto Adriatico si trova in una posizione geografica strategica e rappresenta a tutti gli effetti la via più breve per raggiungere i mercati europei.

COME GIUDICA IL RECENTE INTERESAMENTO DEI PRIVATI ALLE REALTÀ PORTUALI-LOGISTICHE DEL NORD-EST?

■ E' sicuramente importante per la portualità italiana dare il via a progetti di sviluppo delle infrastrutture ferme da troppo tempo e che purtroppo oggi registrano già notevoli limiti rispetto ai porti europei e del nord Africa. Mi chiedo, però, se i traffici attuali e previsti nel prossimo futuro possano giustificare tali enormi investimenti e, al momento, i dati in nostro possesso non sembrano andare in quella direzione. ■



LADRI SEMPRE PIU' SOTTO TIRO IN ITALIA

Il valore delle perdite nel nostro Paese è di 3,205 miliardi di euro, pari all'1,28% delle vendite; siamo al di sopra della media europea.

di Eleonora Rota

Il livello dei furti all'interno dei punti vendita e della grande distribuzione nel 2010 ha raggiunto globalmente una cifra pari a 87,506 miliardi di euro. E' quanto da una dettagliata indagine indipendente condotta dal Centre for Retail Research e patrocinata da Checkpoint Systems. Il dato rappresenta una diminuzione del 5,6% rispetto allo scorso anno. La riduzione delle differenze inventariali – ossia delle perdite causate da furti di clienti e dipendenti, ma anche da errori amministrativi – è stata registrata in tutte le aree geografiche oggetto d'indagine e ha trovato maggior riscontro in Nord America (-6,9% rispetto al 2009).

Nel nostro Paese, la percentuale di differenze inventariali è stata pari all'1,28% rispetto al fatturato del "retail", con una diminuzione del 5,9% rispetto allo stesso dato del 2009. Tuttavia le perdite che i responsabili dei punti vendita subiscono sono ancora molto alte, pari a 3,205 miliardi di euro. *"Nonostante il calo delle differenze inventariali, il costo della criminalità nel retail continua a rappresentare una maggiorazione di 152 euro sul conto della spesa di ogni famiglia media appartenente ai 42 Paesi esaminati"* afferma il professor Joshua Bamfield, direttore del Centre for Retail Research e autore della ricerca - *In Europa, la cifra è pari a 140,65 euro, mentre per l'Italia la 'tassa invisibile' che le famiglie italiane sono costrette a soste-*

nere raggiunge un valore di 163 euro all'anno". Confrontando i dati europei, è opportuno evidenziare due aspetti. Il primo riguarda un record positivo: dopo Turchia (-9%) e Grecia (-6,5%), l'Italia risulta essere la nazione che ha maggiormente ridotto il livello di differenze inventariali. A questo risultato hanno contribuito anche gli investimenti che i responsabili dei punti vendita hanno realizzato con interventi finalizzati alla protezione dei prodotti a maggior rischio di furto e a una migliore formazione del personale. Secondo l'indagine infatti, le spese in sicurezza sono aumen-

tate in Italia del 10,7%, un valore più alto rispetto all'incremento registrato a livello globale e pari a 9,7 punti percentuali.

Il secondo aspetto da sottolineare è che, nonostante le riduzioni registrate, il nostro Paese riporta ancora una percentuale di differenze inventariali più alta rispetto a quello della media dell'Europa occidentale che è pari all'1,26%. Dall'indagine risulta infatti che oltre un terzo dei retailer italiani (il 35,1% degli intervistati) continua a registrare un incremento dei tentativi di furto o dei furti effettivi. Andando ad analizzare quali



sono le fonti delle perdite, si scopre che in Italia sono aumentati ulteriormente i furti commessi da parte dei clienti: sono infatti il 52,5% i taccheggi a opera di bande organizzate o da ladri non professionisti (erano 50,8% nel 2009), un valore anche più alto rispetto al resto della media europea, che si attesta sui 47,8%. La percentuale di dipendenti disonesti - che rappresenta la seconda maggiore causa dei furti nel retail - scende dal 30,9% dello scorso anno al 25% del 2010. Tra le altre fonti alla base delle differenze inventariali ci sono le frodi da parte di fornitori/ produttori (7,2 % delle perdite) e gli errori interni (15,3%). Per ciò che concerne le linee di prodotti maggiormente rubate a livello globale, gli aumenti maggiori sono stati rilevati nel settore abbigliamento per bambini e quello da esterno, nei prodotti per la rasatura, in affettati-insaccati e nel latte in polvere. Nel 2010 si registra inoltre un aumento a livello europeo nel valore medio dei beni sottratti dai taccheggiatori, che sale a 113,97 € (circa 20€ in più rispetto al 2009).

Interessante notare anche l'evoluzione che il fenomeno del furto ha assunto negli anni: lo studio condotto dal professor Bamfield è giunto alla decima edizione a livello europeo e ha potuto delineare quello che è stato il trend relativo al periodo di studio 2000-2010. L'analisi evidenzia come i tassi medi di differenze inventariali siano diminuiti tra il 2000 e il 2010 in Europa occidentale, passando da un valore di 1,4% registrato nel 2000, a una riduzione nella media europea fino all'1,27%. In particolare nell'ultimo quinquennio si sono registrati dei valori più bassi rispetto al periodo 2000-2005, anche in anni particolarmente delicati come il 2009, caratterizzati dalla forte recessione economica. *"Questi dati sono confortanti - nota Bamfield - e ci dimostrano che negli anni c'è stata una maggiore sensibilizzazione da parte del settore retail alla problematica delle differenze inventariali"*. ■

UNA RICERCA DECENNALE

Il Barometro mondiale dei furti nel retail (GRTB) è una ricerca annuale condotta dal Centro di Ricerca per il Retail (CCR) di Nottingham, Regno Unito, e sponsorizzata da Checkpoint Systems (www.retailresearch.org); avviata nel 2001 in Europa, è stata estesa a livello globale nel 2007. Si tratta della ricerca più grande e completa al mondo sui furti e la criminalità nel retail e descrive i principali trend relativi alle differenze inventariali e ai furti nel settore retail di 42 Paesi e regioni del mondo, inclusi Stati Uniti, Cina, India, Europa, Giappone e Australia. Per la prima volta quest'anno entra a far parte dell'indagine anche la Russia. Lo studio è stato effettuato sulla base dei dati forniti in forma anonima da 1.103 dei maggiori retailer mondiali, per un totale di vendite combinate che ammonta a 712,714 milioni di euro e che rappresenta un campione di Paesi e mercati verticali del settore retail. Il CRR è un'organizzazione indipendente che conduce ricerche e fornisce consulenza per il retail, occupandosi dei cambiamenti che avvengono nel settore e concentrandosi sulle frodi e sul crimine. Checkpoint Systems è il leader mondiale per la gestione delle differenze inventariali, la visibilità della merce e le soluzioni di etichettatura dei capi d'abbigliamento. Collabora con i punti vendita e con i loro fornitori per ridurre le differenze inventariali, migliorare la disponibilità della merce sugli scaffali e sfruttare i dati in tempo reale per raggiungere l'eccellenza operativa. Le sue soluzioni si basano su quarant'anni di esperienza nel settore delle tecnologie RF, su differenti offerte per la gestione delle differenze inventariali, su una vasta gamma di soluzioni per l'etichettatura dei capi d'abbigliamento, sulle applicazioni RFID leader di mercato, sulle soluzioni innovative per la merce ad alto rischio di furto e sulla sua piattaforma di gestione dati Check-Net online. Per altre informazioni: www.checkpointsystems.com

I PRODOTTI PREFERITI DAI MARIUOLI NOSTRANI

In Italia, la classifica dei 10 prodotti più rubati vede al primo posto l'abbigliamento di lusso e accessori firmati, seguiti da articoli per la cura e l'igiene del corpo e da prodotti Hi-Tech.

Ecco la classifica dei top 10 più sottratti:

- ① Abbigliamento di lusso e accessori firmati
- ② Articoli per la cura e l'igiene del corpo (creme per viso, profumi e lamette)
- ③ Prodotti Hi-Tech (MP3, consolle e giochi)
- ④ Whisky e alcolici
- ⑤ Food fresco (carne fresca, cibo di alta gamma e pesce)
- ⑥ Prodotti multimedia (CD, DVD cofanetti)
- ⑦ Articoli "fai da te" (attrezzature elettriche e cavi)
- ⑧ Cartucce per stampanti/toner
- ⑨ Parafarmacia (latte in polvere e farmaci da banco)
- ⑩ Pile/batterie ricaricabili

A TRIESTE LA VERA STAR È STATO IL "TMD"

La Camera di Commercio triestina ha ospitato il convegno nel quale si è presentato il nuovo titolo rappresentativo di merce depositata.

di **Bruno Podbersig**

Il nuovo titolo rappresentativo della merce denominato "TMD" è stato presentato in anteprima in un convegno organizzato a Trieste dalla Camera di Commercio e dalla stessa Assologistica. Il pubblico presente era composto da operatori del credito e della logistica che si sono confrontati su un tema che, pur coinvolgendo entrambi, non ha visto molte occasioni di incontro e convergenza. Il "TMD" è frutto del lavoro di esperti del mondo della logistica e del credito che Assologistica ha promosso per affrontare il tema di un aggiornamento e di un radicale rinnovamento degli strumenti con i quali viene realizzata la rappresentazione cartolare della merce. Questo nuovo strumento, in particolare, intende dare risposte all'esigenza di qualificare l'attività di deposito e/o conservazione con nuovi servizi capaci di agevolare la circolazione dei beni e il loro finanziamento su pegno. Il "TMD" consente di rappresentare la merce in deposito con un documento che permette sia il trasferimento della proprietà, sia la possibilità di costituire pegno per accedere a un finanziamento.

Il valore intrinseco della merce depositata o conservata per processi di perfezionamento rappresenta, quando inserito in un titolo rappresentativo, un valore spendibile nei confronti dell'isti-

tuto di credito partecipe del riconoscimento dello stesso per l'ottenimento di credito garantito dal pegno. La rappresentazione cartolare delle merci depositate assume importanza ai fini della

Uno strumento agile e flessibile con tante funzioni, inclusa quella di costituire pegno per accedere a un finanziamento

circolazione delle stesse sia come garanzia nei confronti del venditore della disponibilità delle stesse, sia circa la loro condizione/qualità. La possibilità di suddivisione del titolo in frazioni omogenee consente un riscatto graduale del pegno, elemento questo molto gradito dalle imprese di trasformazione che hanno inteso finanziarsi attraverso il proprio magazzino di materie prime o semilavorati. Lo stesso vale per le imprese commerciali, che detengono stock "in conto vendita" e che possono svincolare la merce dal pegno all'atto della vendita.

Nel corso del convegno di Trieste l'avvocato Emilio Fadda ha illustrato le caratteristiche giuridiche del "TMD", che, quale titolo atipico, ha natura pattizia, affrontando le esigenze di flessibilità e tempestività e superando quelle difficoltà che hanno spesso reso problematica l'utilizzazione di titoli rappresentativi della merce emessi esclusivamente

nell'ambito dei Magazzini Generali. La natura di titolo atipico consente alle parti di regolare i reciproci rapporti in un quadro dispositivo e regolamentare, che Assologistica si è fatta carico di predisporre, al fine di garantire omogeneità, affidabilità e sicurezza agli utilizzatori, anche sotto il profilo delle tutele assicurative.

Il punto di vista del sistema creditizio è stato espresso da Alfonso Santilli, presidente di Credimpex (associazione di specialisti delle banche presenti in Italia il cui scopo è favorire analisi e studio



di tecniche, strumenti e problematiche inerenti la gestione delle operazioni con l'estero), il quale ha evidenziato l'importanza per le aziende del credito di un nuovo strumento collegato al valore del sottostante materiale delle merci da inserire nel ciclo sia della produzione che del commercio internazionale, uno strumento che nell'affidabilità del terzo depositario emittitore del titolo trova un ulteriore elemento di credibilità. Si ritiene in particolare che questo sia un servizio di finanziamento destinato alla piccola e media impresa, utile in particolare in fasi di ristrettezza nella concessione di credito. Tra le novità del nuovo titolo, che affianca la classica nota di pegno e fede di deposito emessa dai Magazzini Generali, vi è la possibilità che le parti utilizzino sia un magazzino terzo, sia quello dello stabilimento dello stesso depositante, per l'emissione del titolo.

Il presidente di Assologistica Nereo Paolo Marcucci, nel presentare il titolo, ha analizzato le difficoltà che il mondo



della logistica affronta per l'arretratezza di sistemi normativi che impediscono uno sviluppo innovativo al settore. Bruno Podbersig, del direttivo di Assologistica, ha illustrato le prime applicazioni sperimentali del "TMD" che hanno consentito un'ulteriore messa a punto dello strumento, in particolare nei confronti di mercati di nicchia con prodotti di valore sottoposti a stagionatura e/o perfezionamento, così come nei confronti di imprese che necessitano di un "polmone" disponibile di ma-

terie prime e semilavorati. In questo ultimo caso la possibilità di dotarsi di un magazzino capace di finanziarsi consente anche una diversa politica degli acquisti sul mercato delle materie prime, mercato spesso in tensione per vicende congiunturali. Uno strumento flessibile e adattabile alle diverse necessità e che interpreta sia le esigenze degli istituti di credito che dei depositari delle merci, quale è il "TMD", potrà diventare indispensabile sia nei cicli produttivi di alcuni beni, sia presso le piattaforme logistiche che forniscono servizi alle società di trading e di distribuzione.

Nel concludere i lavori il presidente della Camera di Commercio di Trieste, Antonio Paoletti, ha rammentato come la sua città sia stata in passato un grande centro emporiale per tutto il centro est dell'Europa, sede della prima borsa merci europea, e che nel nuovo panorama geo-politico con l'allargamento a est dell'Europa Unita vuole essere parte dei processi di evoluzione del commercio e della logistica internazionale. In questo quadro la sperimentazione in corso assume un valore particolare, in quanto orientata verso i flussi di merci provenienti da Paesi extra UE e destinata a promuovere l'area dell'alto Adriatico come piattaforma logistica, nonché "punto di consegna" per i mercati del centro-est Europa. ■



"ABBIAMO COMPIUTO UN BUON LAVORO"

Così il presidente di Assologistica, durante l'assemblea nazionale dell'associazione, ha commentato l'attività svolta nel 2009-2010.

a cura della **Redazione**



NEREO PAOLO MARCUCCI

Le motivazioni dei riconoscimenti assegnati nell'annuale edizione del premio "Il Logistico dell'Anno" ci hanno consentito di far conoscere meglio a un vasto pubblico come le aziende del settore logistico hanno affrontato la crisi del 2008-2009. A mio parere il dato più rilevante e apprezzabile sta nel fatto che le nostre imprese, le quali hanno affrontato con capacità innovative e con coraggio le conseguenze della crisi, potranno contare anche per il futuro sui risultati che hanno dovuto conseguire in quel periodo. Un futuro che oggi sembra migliore di quanto si potesse ipotizzare solo qualche mese fa. In effetti assistiamo a una buona ripresa dei traffici, salvo il segmento delle rinfuse solide che per il momento recupera meno del 50% di quanto aveva perduto. Possiamo quindi ragionevol-

mente guardare in avanti, anche se nessuno è in grado di predire l'intensità e la continuità della ripresa. L'instabilità della compagine governativa, e le conseguenze che questa potrebbe avere sugli interessi generati dal nostro enorme debito pubblico, potrebbe avere effetti negativi sull'economia nazionale e quindi sulla ripresa sia del nostro sistema produttivo che dei consumi interni. In queste condizioni il lavoro associativo assume ancora maggiore importanza. Credo che nel 2009-2010 abbiamo fatto un buon lavoro portando a casa, insieme ad altri, alcuni risultati, dall'introduzione del cosiddetto Ferrobonus alla difesa dell'ordinamento dei Magazzini generali, al contenimento delle conseguenze per la committenza dell'accordo (obbligato) con le associazioni dell'autotrasporto, al rinnovo del CCNL dei dirigenti delle imprese di logistica, magazzini generali, terminal operators portuali, interportuali e aeroportuali. Desidero anche sottolineare che la nostra Associazione è stata riconosciuta come uno tra i più importanti interlocutori tecnico-politici del ministero di riferimento con l'ingresso di Assologistica nell'Osserva-

torio sull'autotrasporto e nella Consulta. Fermo restando l'auspicio di una rapida conclusione di quanto rimasto ancora in sospeso per il rinnovo del CCNL di logistica, trasporto merci e spedizione, nel quale siamo fortemente impegnati, il richiamo a questi risultati ci permette di suddividere gli obiettivi di Assologistica per il prossimo futuro in due direzioni fondamentali: la prima tesa a contenere i nuovi costi generati dai pubblici decisori nazionali ed europei; la seconda rivolta agli obiettivi prioritari di modernizzazione del sistema logistico, che personalmente ritengo una strada obbligata sia per la competitività del nostro sistema produttivo nazionale che per il contenimento dei prezzi industriali e di quelli al consumo. Sul primo fronte, andando ovviamente per titoli, nei prossimi mesi il programma del nostro lavoro associativo si focalizzerà principalmente sui punti strategici per le nostre attività, tra i quali la regolamentazione dei tempi di carico e scarico, l'applicazione graduale e flessibile delle nuove regole doganali europee, l'avvio nell'applicazione del SISTRI, l'approvazione di normative che riducano l'impatto della regolamentazione Iva sulle aziende che fatturano prevalentemente all'estero, l'approvazione della riforma della safety nei porti ex Decreto 272/99, l'approvazione

"L'Associazione è stata riconosciuta come uno dei più importanti interlocutori del ministero"



Assologistica

dello Sportello Unico Doganale. Sul tema della modernizzazione, invece, lavoreremo soprattutto nella direzione della definizione del Piano Nazionale della Logistica; sullo "spin off" di alcune norme inserite nella Legge 84/94 come il rafforzamento dei poteri di coordinamento delle Autorità Portuali; sul rinnovo della stessa Legge ma con orecchie più attente alle necessità dell'Industria portuale che noi rappresentiamo; sul mantenimento degli incentivi del Ferrobonus; sulla finalizzazione al cambiamento e non al mantenimento dello status quo degli incentivi all'autotrasporto; sulla modifica radicale, per come indicato nuovamente dall'Unione Europea, dell'attuale assetto monopolista di Ferrovie dello Stato.

Inoltre, proseguiremo con il lavoro avviato a livello europeo, dove sono aperte importanti partite che Feport ha descritto recentemente, nel corso di una partecipata riunione a Roma. In quell'occasione il segretario generale di Feport ha descritto i punti di maggior interesse sia per l'industria portuale che per l'economia logistica generale. Abbiamo dunque davanti un gran lavoro da fare con un'agenda molto fitta ed impegnativa, che sarà certamente sviluppato e seguito egregiamente dalla segreteria generale di Assologistica, come dimostrato finora, conseguendo importanti risultati grazie al lavoro imperniato sulle nostre Commissioni "storiche" molto attive e propositive, ma anche su quelle di nuova costitu-

zione come quella della logistica del farmaco e quella della logistica sanitaria. A ciò si aggiunge il contributo importante dei due nostri rami specialistici anche in termini di risonanza esterna, quali Assologistica Cultura e Formazione, che cresce sempre più nella partecipazione delle proprie iniziative, e la testata Euromerci, che è diventata una delle riviste più specializzate e tecniche del settore logistico e dei trasporti. Un lavoro complessivamente svolto dalla nostra associazione che può contare anche su una forte complementarietà e integrazione con Confetra da una parte e che devono essere portate avanti con maggiore incisività anche con Confindustria, alla quale pure aderiamo. ■



RAVENNA
IS FAMOUS ALL OVER THE WORLD
JUST TO BE IN ITALY
JUST FOR ITS HISTORY AND ARTISTIC MOSAICS
JUST FOR
RAVENNA CONTAINER TERMINAL



TERMINAL CONTAINER RAVENNA

YOUR STRATEGIC GATEWAY ON THE ADRIATIC SEA.

SAPIR



Via Clusariana, 105, 48122 Ravenna (Italy) - P.le +39 0544 434411
email: segreteria@tcrravenna.it - www.containeritalia.com

"ASSISTENZA AD HOC, QUESTO VOGLIONO I 3PL"

E' il trend assicurativo del settore trasporti e logistica messo in evidenza dall'amministratore delegato di Larizza Consulting.

di **Ornella Giola**



FRANCO LARIZZA

Franco Larizza, amministratore delegato e della società di brokeraggio assicurativo Larizza Consulting è tra i promotori e realizzatori del nuovo Titolo rappresentativo di Merce Depositata-TMD (di cui si parla alla pag 14).

PUÒ SPIEGARE IL RUOLO ASSICURATIVO SVOLTO DAL NUOVO "TMD"?

■ Questo speciale documento pattizio fornisce, all'avente diritto sulle merci, la certezza del rimborso del controvalore del bene garantito in caso di sua perdita o danno avvenuto durante il periodo di validità del TMD stesso.

QUALI SONO LE ALTRE NOVITÀ INTRODOTTE DA QUESTO TITOLO DAL PUNTO DI VISTA ASSICURATIVO?

■ Vanno ricercate nel rimborso integrale del danno in base al valore assi-

curato, senza scoperti o franchigia (pure per rischi catastrofali, come terremoto o alluvioni), nella possibilità di stipulare l'assicurazione anche per brevi o brevissimi periodi senza gravame di premio minimo per rischio temporaneo e infine nell'economicità del premio rispetto a normali quotazioni di mercato.

DA ANNI LA SUA ORGANIZZAZIONE OPERA NEL SETTORE TRASPORTI E LOGISTICA: QUALI TREND MOSTRA IL SETTORE?

■ Si registra una sempre più pressante richiesta di consulenza e assistenza personalizzata, prima, durante e dopo la stipula dell'assicurazione. Prima, nell'individuazione e nello studio del rischio assicurabile. Durante, per lo studio e la realizzazione della formula più adeguata e completa di copertura del danno prevedibile. Dopo, per l'efficienza nella fase di istruzione e capacità di trattativa, nonché per la corretta liquidazione del sinistro. Nella sostanza la ricerca attualmente è rivolta verso un broker specialista, che dimostri efficienza, ma anche e soprattutto grande disponibilità ad assistere il cliente direttamente e a domicilio.

"Nella sostanza si ricerca un broker specialista, disponibile ad assistere direttamente il cliente"

LE NUOVE DISPOSIZIONI LEGISLATIVE IN MATERIA DI TRASPORTI E LOGISTICA HANNO RESO PIÙ COMPLESSE LE AZIONI ASSICURATIVE O LE HANNO SEMPLIFICATE?

■ Le hanno rese più complesse per l'introduzione di numerosi vincoli e per l'ampliamento delle responsabilità che gravano sull'operatore.

PUÒ FARE QUALCHE ESEMPIO?

■ Maggiori vincoli riguardano l'applicazione delle norme scaturite dal Decreto 21.11. 2005, n.286. E ancora segnalano la sempre più stretta responsabilità solidale tra spedizioniere e vettore in caso di cattiva scelta del vettore. E infine il ricorso esasperato al concetto di "colpa grave" per annullare i limiti di indennizzo.

QUALI INTERVENTI IL LEGISLATORE DOVREBBE EFFETTUARE?

■ Dovrebbe stabilire un limite di indennizzo a favore dello spedizioniere operatore di trasporti eseguiti in multimodalità (MTO) e dell'operatore logistico per i danni subiti dalle merci prese in consegna per il trasporto o il deposito. E poi dovrebbe equiparare le regole del trasporto nazionale a quelle della CMR (convention des marchandises par route) e infine fornire uno strumento di tutela per l'esigibilità del credito da prestazione (leggasi termine di pagamento della fattura). ■

Assologistica, l'Associazione nazionale che tutela e promuove gli interessi della logistica



ASSOLOGISTICA è l'Associazione nazionale delle imprese logistiche, dai magazzini generali e bigiplex, dai terminali oceanici portuali, interportuali e aeroportuali.

Scopo principale dell'Associazione è di promuovere e tutelare sia in Italia, sia all'estero l'efficacia e la qualità delle imprese aderenti, nonché l'immagine del sistema logistico nazionale nel suo complesso. Lo peculiare di Assologistica è infatti costituita dall'incontro tra i gestori delle infrastrutture per la logistica e gli operatori terzi che le utilizzano.

Il complesso momento che il settore della logistica sta attraversando, induce a esaminare con estrema attenzione tutti gli scenari possibili e a monitorare con continuità l'evolversi della situazione sia a livello nazionale, sia a livello internazionale.

In tale ottica si è ormai affermata l'esigenza imprescindibile di formazioni associative compatte e omogenee, al fine di non verificare gli scarsi risultati delle imprese del settore. Una forte rappresentanza di categoria evita, da un lato, l'insorgere di atteggiamenti contraddittori e, dall'altro, la possibilità di interventi concreti, positivi e costruttivi nei confronti delle Istituzioni, del Governo, della Pubblica Amministrazione, delle Parti Sociali e di tutto il mondo imprenditoriale.

Assologistica ha costituito un centro culturale, Assologistica Cultura e Formazione, il quale organizza corsi di formazione per personale del settore della logistica e della Supply Chain, Workshop, convegni ed eventi a tema.

Per tutti questi motivi è importante, per chi opera nel mondo della logistica, valutare l'opportunità di aderire ad ASSOLOGISTICA.

Per informazioni e ulteriori chiarimenti sulla nostra attività contattare:

ASSOLOGISTICA - Via Camillo 19 - 20124 Milano

Tel. 02 669 1567 oppure 02 669 0319 - Fax 02 667 142 45

www.assologistica.it

milano@assologistica.it

oppure roma@assologistica.it



Assologistica

BILANCIO SOCIALE MA A COSA SERVE?

Obiettivo principale di questo documento è comunicare al mondo esterno finalità e azioni che la società vuole attuare in ambito sociale.

di **Franco De Renzo**

Il bilancio sociale vuole essere il documento per rappresentare all'esterno e agli "stakeholders" quanto l'impresa o l'associazione fa, o ha in animo di fare, ai fini sociali.

È uno strumento di rendicontazione delle responsabilità (*accountability*), dei comportamenti e dei risultati sociali, ambientali ed economici delle attività svolte da un'organizzazione. Ha il fine di offrire un'informativa strutturata e puntuale a tutti i soggetti interessati, non ottenibile tramite la sola informazione economica contenuta nel bilancio d'esercizio. Non c'è alcun obbligo di legge (tranne casi specifici) per la sua predisposizione, anche se l'art. 2 della Legge 59/1992, prevede che la relazione degli amministratori debba "indicare specificatamente i criteri seguiti nella gestione sociale per il conseguimento degli scopi statutari, in conformità con il carattere cooperativo della società" (disposizione riproposta, nella riforma societaria, dall'art. 2545 del Codice Civile).

Si deve anche aggiungere che lo IAS 1 consiglia alle imprese di presentare, oltre al bilancio civilistico, tutta la documentazione che possa interessare agli *stakeholders*, al fine di consentire loro di prendere le decisioni nel modo più informato possibile. Un'altra

norma che più vi si avvicina è il rendiconto obbligatorio, introdotto dall'art. 8 D. Lgs. n. 460/1997 per gli enti non commerciali che effettuano raccolte pubbliche di fondi. *Per le imprese sociali*, che sono le organizzazioni private che esercitano in modo stabile e principale, con il vincolo della non distribuzione dei profitti, un'attività economica finalizzata alla produzione o allo

È uno strumento di rendicontazione di responsabilità e comportamenti sociali, ambientali ed economici di un'organizzazione

scambio di beni o servizi di utilità sociale (precisati nel Decreto) e diretta a realizzare finalità di interesse generale (Decreto del Ministero della Solidarietà Sociale pubblicato in G.U. n. 86 del giorno 11 aprile 2008), *il bilancio sociale è obbligatorio.*

La Regione Friuli Venezia-Giulia (L.R. 26 ottobre 2006, n. 20) e la Regione Lombardia (delibera della Giunta del 10 ottobre 2008, con la circ. 29/5/2009, n. 14) hanno inserito la redazione del bilancio sociale come una delle condizioni per l'iscrizione nell'Albo Regionale delle cooperative sociali (in assenza della quale una cooperativa sociale non può stipulare convenzioni con gli enti pubblici e godere dei benefici fiscali

previsti dalla normativa regionale). Il libro verde della Commissione delle Comunità Europee, 2001, definisce tale tipo di bilancio "l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate". E il ministero dell'Interno, 2007, aggiunge "il bilancio sociale è l'esito di un processo con cui l'amministrazione rende conto delle scelte, delle attività, dei risultati e dell'impiego di risorse in un dato periodo, in modo da consentire ai cittadini e ai diversi interlocutori di conoscere e formulare un proprio giudizio su come l'amministrazione interpreta e realizza la sua missione istituzionale e il suo mandato".

Fotolia.com



Il bilancio sociale è inteso come strumento di promozione e di comunicazione dell'immagine aziendale, nonché come nuovo strumento di marketing e misurazione della *customer satisfaction*. Nel 2010, circa il 35% delle banche quotate ha presentato il bilancio sociale. In inglese, *stakeholder* indica "il proprietario dei paletti di confine del terreno agricolo confinante". In pratica con questo termine s'intendono coloro che, pur non avendo dei rapporti diretti economico-giuridici con l'azienda, sono interessati a quanto avviene nel suo interno perché in futuro, se fossero lesi i loro diritti, potrebbero far valere le loro pretese.

Per i principi di redazione del bilancio sociale di GBS (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale) *stakeholders* sono quei soggetti (intesi nel senso di individui, gruppi, organizzazioni) che hanno, con l'azienda, relazioni significative e i cui interessi sono a vario titolo coinvolti nell'attività dell'azienda per le relazioni di scambio che intrattengono con essa o per-

ché ne sono significativamente influenzati. Per le linee guida per il reporting di sostenibilità di GRI (Global Reporting Initiative) sono gruppi o singoli:

- ❶ che, ragionevolmente, saranno interessati significativamente dalle attività, dai prodotti e/o dai servizi dell'organizzazione;
- ❷ oppure le cui azioni possono ragionevolmente influenzare la capacità dell'organizzazione di implementare strategie di successo e raggiungere i propri obiettivi.

Normalmente sono i dipendenti, i clienti, i fornitori, gli azionisti, la collettività, le istituzioni, i sindacati, la stampa e i concorrenti. Il loro ruolo, diretto o solo potenziale, è determinante, perché serve da stimolo e critica verso il miglioramento dell'impresa nella sua interezza. Nel bilancio sociale, l'azienda espone, in via indi-

cativa e non esaustiva, quanto è svolto per il miglioramento delle condizioni del personale:

- per favorire le pari opportunità;
- per evitare lo sfruttamento di manodopera minorile;
- per evitare contaminazioni con soggetti che riducano in schiavitù o che abbiano implicazioni in guerre;
- per migliorare le condizioni ambientali in senso lato, per esempio, favorendo la raccolta differenziata dei rifiuti, e così via.

Per un'impresa for profit le informazioni contenute nel bilancio di esercizio dovrebbero essere in grado di soddisfare una parte rilevante del fabbisogno informativo degli *stakeholder* e assumono il valore di rendicontazione sulla capacità dell'azienda di perseguire quelli che sono i suoi fini istituzionali. Il reddito prodotto risulta un indicatore dell'efficacia complessiva dell'organizzazione. Per un'organizzazione non profit la situazione è diversa. Infatti, il conseguimento dell'equilibrio economico/finanziario/patrimoniale è solo strumentale a consentire il perseguimento, in condizioni di autonomia, della missione dell'organizzazione. Per un'organizzazione non profit la rendicontazione sull'adempimento dei fini istituzionali richiede, oltre al bilancio d'esercizio, un ulteriore documento che fornisca informazioni su:

- contenuto della missione;
- declinazione della missione in obiettivi e strategie;
- risorse utilizzate e attività realizzate per il loro perseguimento;
- risultati relativi. E tale documento si denomina "bilancio di missione" o, quando redatto in una versione semplificata, "relazione di missione". ■

Viene inteso pure come un nuovo mezzo per il marketing e la misurazione della "customer satisfaction"



E-COMMERCE B2C IL GRANDE SALTO

Dopo la frenata del 2009, le vendite online crescono del 14%, raggiungendo 6,5 miliardi di euro e superando la soglia dell'1% sugli acquisti nel retail. Bene lo shopping di servizi (+15%) e prodotti (+13%).

di **Angelo Brandinali**

LeCommerce cresce a tassi decisamente superiori a quelli del commercio nei canali tradizionali. Positivo anche il confronto con l'andamento dei principali mercati europei e con gli USA, dove la crescita attesa è mediamente inferiore a quella nel nostro Paese. L'incremento previsto nel 2010 per il mercato italiano è infatti circa doppio rispetto a quello inglese e statunitense (+8%), superiore a quello tedesco (+12%) e in linea con quello francese (+15%). Il nostro mercato cresce e diventa attrattivo anche per importanti *player* stranieri, visto anche l'ingresso di Amazon. Questa la fotografia tracciata dall'Osservatorio promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano con la collaborazione di Netcomm – Consorzio del commercio elettronico italiano giunto alla decima edizione e presentata nel corso di un convegno dal titolo "L'eCommerce B2c in Italia: riprende la crescita!".

Durante il convegno sono stati presentati i risultati della ricerca, basata su **oltre 200 casi di studio**, che fornisce la valutazione preconsuntiva del mercato italiano dell'eCommerce B2c nel 2010, oltre al consuntivo del 2009

e analizza puntualmente tutte le principali evoluzioni strategiche in atto. Il 2010 è l'anno della ripresa per l'eCommerce B2c in Italia, inteso come la vendita di prodotti e servizi da siti italiani (con almeno una filiale in Italia), dopo che il 2009 si era chiuso in linea con il 2008. L'aumento del mercato è sostanzialmente allineato per servizi e prodotti, indice di una crescita organica. Escludendo l'ambito delle vendite *consumer to consumer*, la crescita complessiva attesa sale al +16% su base annua e quella delle vendite di prodotti al +20% circa, per il secondo anno consecutivo più sostenuta rispetto ai servizi. "Il superamento della soglia psicologica dell'1% rispetto al totale delle vendite retail – ha dichiarato Alessandro Perego, responsabile scientifico dell'Osservatorio eCommerce B2c di Netcomm e School of Management del Politecnico di Milano – è tutto sommato un dato positivo per l'eCommerce italiano. E' la media di tassi di penetrazione assai diversi nei differenti comparti, dal 12,5% nel turismo, al 4% nell'editoria, all'1%

Il nostro 1% si confronta però con il 10% del Regno Unito, il 7% della Germania e il 5% della Francia

nell'abbigliamento fino a qualche centesimo di punto percentuale nell'alimentare. Ma proprio questo dato sulla penetrazione, paragonato con quello dei principali mercati europei, evidenzia chiaramente le enormi potenzialità del commercio elettronico non ancora sfruttate nel nostro Paese: la nostra penetrazione dell'1% si confronta con il 10% del Regno Unito, il 7% della Germania e il 5% della Francia. E la differenza è ancora più marcata se ci si sofferma sulle categorie che

nell'abbigliamento fino a qualche centesimo di punto percentuale nell'alimentare. Ma proprio questo dato sulla penetrazione, paragonato con quello dei principali mercati europei, evidenzia chiaramente le enormi potenzialità del commercio elettronico non ancora sfruttate nel nostro Paese: la nostra penetrazione dell'1% si confronta con il 10% del Regno Unito, il 7% della Germania e il 5% della Francia. E la differenza è ancora più marcata se ci si sofferma sulle categorie che

Fotolia.com



rappresentano il grosso della spesa delle famiglie, appunto alimentari e abbigliamento. La ragione principale di questa differenza risiede a nostro avviso nella sostanziale assenza online in Italia di alcuni ambiti merceologici come il grocery, i prodotti per la casa, l'arredamento, il fai da te e così via, ambiti che invece all'estero sono presenti con una competitiva offerta online. Decisiva nel determinare questi risultati è la scarsa presenza nell'eCommerce italiano della distribuzione moderna che, nonostante qualche nuovo ingresso anche quest'anno, resta nella maggior parte dei casi ancora alla finestra."

Anche nel 2010 è l'abbigliamento a far registrare l'incremento più elevato con il 43% di crescita rispetto al 2009. Tutti gli altri settori hanno incrementi compresi tra l'11 ed il 19%: +19% per il grocery, +18% per le assicurazioni, +15% per il turismo, +14% per l'editoria, musica ed audiovisivi e +11% per



Fotolia.com

informatica ed elettronica di consumo. Anche l'insieme dei comparti merceologici inclusi nell'aggregato "altro" (ad esempio made in Italy, ricariche telefoniche, ticketing) cresce con tassi interessanti a circa il 10%. **In valore assoluto, i maggiori contributi alla crescita provengono dal turismo con +443 milioni di euro e dall'abbigliamento, con +149 milioni.**

Il turismo si conferma anche nel 2010 il primo settore dell'eCommerce in

Italia con un quota del 52%. Seguono informatica ed elettronica di consumo con il 10%, assicurazioni con il 9%, abbigliamento con il 7% (sempre più significativo grazie a una crescita ampiamente superiore alla media), editoria, musica e audiovisivi con il 3%, grocery con l'1%. Il restante 18% è costituito da tutti gli altri comparti, tra cui si distinguono per importanza il canale c2c di eBay, le ricariche telefoniche (quasi il 5% delle vendite online) e il ticketing per eventi (2% circa). **Nonostante la buona crescita dei comparti di prodotto, i servizi continuano ad avere un peso superiore al 65% del valore delle vendite, contrariamente a quanto accade da tempo nei principali mercati stranieri.**

"Nell'anno si è aperto un nuovo capitolo per l'eCommerce italiano. Superata la crisi dell'anno precedente tutti i numeri hanno ricominciato a crescere. I merchant, i compratori, gli internauti che si informano prima dell'acquisto. Questo non cambia però il panorama di profondo ritardo dell'Italia rispetto agli altri paesi. Infatti poco più del 12% degli italiani utilizza questo canale. – ha commentato Roberto Liscia, presidente di Netcomm, Consorzio del commercio elettronico italiano - **Gli acquirenti online in Italia hanno raggiunto quota 8 milioni,**>



spinti certamente anche da fenomeni sociali come facebook, twitter e tutti i siti in cui le persone entrano alla ricerca di relazione, informazione e svago e poi acquisiscono una dimestichezza tale da superare il divario tecnologico e quindi anche la sfiducia nel mezzo. Questa forte crescita comporta l'interesse di grandi player internazionali verso il mercato italiano. Il più significativo è quello di Amazon che, comprando BuyVIP lo scorso ottobre, ha fatto un passo molto importante sul mercato europeo e in particolare su quelli spagnolo e italiano. Siamo oggi giunti alla terza fase dell'eCommerce, quella che potremmo definire social". Nella prima i pure player hanno rappresentato l'elemento centrale e di traino di questo canale. I clienti in questo primo periodo erano i cosiddetti tecnofan, giovani, istruiti e tecnologicamente evoluti. La seconda, molto recente, ha visto l'ingresso degli operatori fisici che sono stati per anni molto reticenti, ma scossi dalla crisi hanno scelto la via della multicanalità. I clienti multicanali sono molto più trasversali e di tutte le età, sono avveduti e hanno un atteggiamento di acquisto consapevole, si informano e sono attenti al prezzo e al servizio. La terza fase, appena nata, è quella che darà i frutti più duraturi. È il risultato di un nuovo paradigma relazionale tra il merchant e il consumatore, dove l'"engagement" del cliente non è solo parte del processo commerciale, ma anche parte del prodotto. Il cliente è sul web non solo nella fase del processo razionale di informazione e di acquisto, ma anche in quello successivo, decisamente più emozionale, della con-

divisione e dello scambio dell'esperienza, diventando esso stesso importante fonte d'informazione per gli altri acquirenti.

"La ricerca di quest'anno evidenzia due trend che riteniamo interessanti in una prospettiva di lungo termine. Il primo riguarda il cosiddetto M-commerce, che con la diffusione del nuovo paradigma del Mobile Internet e degli Application Store inizia a prendere una qualche consistenza. – ha concluso Andrea Rangone, responsabile Os-

Trend ancora più recenti riguardano due nuovi canali digitali, ovvero l'M-commerce e il T-commerce

servatori ICT & Management del Politecnico di Milano - *Ci aspettiamo in futuro una buona crescita di questo canale digitale di vendita, vista la rapida diffusione in Italia degli smartphone di ultima generazione, delle tariffe flat di navigazione da cellulare e del numero di Mobile Surfer che oggi sono in Italia oltre 11 milioni. Il secondo, ancora in fase embrionale, riguarda il T-commerce, inteso come l'utilizzo delle piattaforme televisive per effettuare acquisti online*". La diffusione iniziata quest'anno delle nuove televisioni "intelligenti", le Connected Tv, che consentono di collegarsi a internet in modo molto semplice, sfruttando anche i widget di cui sono dotate e, in questo ambito, il lancio in particolare della Apple Tv e della Google Tv, potrebbero rendere il T-commerce una realtà interessante, soprattutto in Italia dove la diffusione del PC nelle famiglie è ancora limitata e inferiore a quella di altri Paesi. ■

QUANTO INCIDONO

È in aumento il peso dell'eCommerce sul totale vendite retail: nel turismo siamo al 12,5%, nell'editoria al 4,5%, nell'informatica ed elettronica di consumo al 3%. L'eCommerce cresce a tassi decisamente superiori a quelli del commercio sui canali tradizionali. L'effetto è un aumento del peso del commercio elettronico sul totale vendite retail. Il turismo rimane, tra i principali comparti, quello con il tasso di penetrazione più elevato, pari al 12,5%. Seguono editoria, musica e audiovisivi con il 4,5%, informatica ed elettronica di consumo e assicurazioni con valori superiori al 3% circa ed infine l'abbigliamento che si avvicina alla soglia dell'1%. Con valori dell'online quasi trascurabili rispetto al totale vendite retail troviamo il grocery, l'arredamento e i prodotti per la casa. Il risultato complessivo – tenuto conto che abbigliamento e alimentari sono di gran lunga le voci di spesa principali – è un peso dell'eCommerce sul totale retail che supera di poco l'1%. Un valore ancora molto basso, se confrontato con quello di altri Paesi europei. Questo disallineamento è principalmente riconducibile al

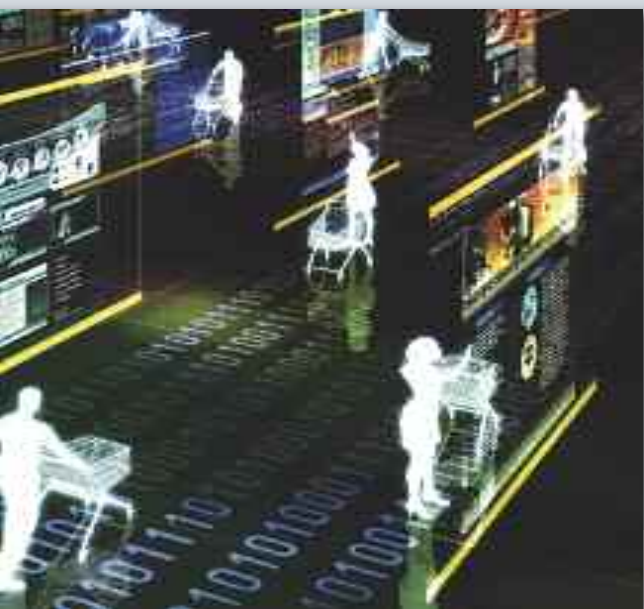
Fotolia.com



RETAIL ED EXPORT

numero di acquirenti online che, nel nostro Paese, nonostante nel 2010 si passi da 7 a 8 milioni circa, resta ancora decisamente inferiore rispetto ai 28, 20, 34 milioni di Regno Unito, Francia e Germania rispettivamente.

La spesa media annua dell'acquirente italiano è invece allineata a quella dei consumatori online francesi e tedeschi con valori compresi tra gli 800 e i 900 euro ed è significativamente più bassa di quella dei web shopper inglesi pari a oltre 1.400 euro. L'export cresce del 19%, raggiungendo quota 1,05 miliardi di euro. Moda, voli e hotel sono le categorie merceologiche più vendute all'estero. L'export cresce a un tasso di poco superiore all'eCommerce nel suo complesso e arriverà a pesare il 16% del venduto da siti italiani. Turismo e abbigliamento rappresentano il 59% e il 24% dell'export rispettivamente. Le categorie merceologiche più apprezzate dai clienti stranieri sono biglietti aerei, prenotazione di hotel e fashion italiano, tanto che alcuni tra i brand più noti della moda made in Italy hanno una quota di export – prevalentemente in Unione Europea, Stati Uniti e Giappone – decisamente superiore alle vendite effettuate in Italia. Il resto dell'export è riconducibile alle transazioni abilitate da eBay e alle vendite di prodotti tipici, di prodotti di Informatica ed elettronica di consumo verso Paesi limitrofi e di libri in lingua italiana per i nostri connazionali residenti all'estero. **La bilancia import-export dell'eCommerce italiano è però nel complesso negativa.** Il valore assoluto dell'import è infatti pari a oltre 2 miliardi di euro, più del doppio del valore dell'export, essenzialmente riconducibile alla biglietteria aerea (ad esempio Easyjet e Ryanair) e alla prenotazione di hotel (booking su tutti) che insieme valgono oltre i tre quarti dell'acquistato da parte di italiani su siti stranieri.



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

PIL, UN INDICATORE VERITIERO, ANZI NO!

Il Prodotto interno lordo rappresenta davvero una misura dello sviluppo di un Paese? Alla domanda ha risposto il convegno annuale

di **Giovanni Leonida**

Chi il 1° dicembre è riuscito ad arrivare a Genova nonostante la nevicata, nella splendida cornice del salone del Maggior Consiglio del Palazzo Ducale, ha potuto seguire il sesto convegno internazionale di SOS-LOGistica, associazione per la logistica sostenibile. Moltissimi gli interventi di estremo interesse. Finalmente quest'anno sono molti i casi concreti di interventi realizzati (la compagnia Messina, che attrezzò il terminal cargo con generatori per poter spegnere i motori delle navi in porto; BLG Logistics, che ha dovuto sviluppare la logistica di supporto per le turbine da piazzare nel mare del Nord con pali lunghi 60 metri e basamento da 850 tonnellate; Volvo che ha realizzato in Belgio una fabbrica senza CO2 per la produzione di trattori; Nestlé Waters che rivede in chiave di impatto ambientale tutti gli approvvigionamenti, ecc.).

Ma, in questo contesto economico, con una bassa crescita del PIL (almeno per l'Italia), ha destato forte interesse la provocazione che Orazio Carabini (Sole 24 Ore) ha rivolto a Jean Paul Fitoussi, noto economista e consulente del governo francese, responsabile della Commissione Stiglitz-Sen-Fitoussi (alla quale hanno partecipato due premi Nobel, Joseph Stiglitz, ospite d'onore al convegno SOS-Logistica del 2007 e

Amartya Sen, ospite d'onore al convegno SOS-Logistica del 2006) che ha concluso i lavori nel settembre 2009: *"ha ancora un senso utilizzare il PIL come misura dello sviluppo di un paese?"*

Tale indice misura la quantità di beni e servizi, ma non la loro qualità, che nei servizi pubblici è essenziale

tre modi per calcolare il PIL: 1) somma delle componenti della spesa finale (dei privati più spesa pubblica); 2) valore della produzione, meno i consumi intermedi; 3) somma dei redditi dei fattori di produzione (reddito da lavoro dipendente più risultato di gestione più imposte dirette). I tre risultati dovrebbero dare lo stesso valore. Il PIL misura la produzione "mercantile". Se un agricoltore cinese produce per autoconsumo non conta nel PIL, ma se va in città e diventa un consumatore di beni prodotti da un altro entra nel PIL. La forte crescita del PIL della Cina è in parte spiegata dalla migrazione verso le città.

I problemi del PIL come misura sono però ben maggiori. Nelle economie moderne esso è composto per lo più di ser-

vizi (Italia 71%, Francia 78%, Regno Unito 76%, Germania 69%, Stati Uniti 77%). E la produzione di molti servizi è calcolata sul loro costo, non sulla qualità. È così per la sanità (16% PIL negli USA, 11% in Francia e Germania, 9% in Italia), l'istruzione (Italia al 4,5%, media Ocse al 5,7%), la difesa e l'ordine pubblico (Italia uguale a circa il 6%), ecc. e persino per le lotterie (Italia pari a 3,5%). In generale tutte produzioni "governative" o "pubbliche", sulla cui efficienza ci sono forti dubbi. Per non parlare del sommerso, che l'Istat (2008) ha stimato pari al 17,5% del PIL (ma non viene incluso).

Fotolia.com



Il professor Jean-Paul Fitoussi, dopo aver collaborato in varie occasioni al convegno annuale dell'Associazione per la Logistica Sostenibile (SOS-LOG), su proposta del presidente Giulio Aguiari ha accettato la nomina a presidente onorario del Comitato scientifico SOS-LOG, nel corso della cena del 1° dicembre in onore suo e dei principali sponsor dell'Associazione.



Si spiega quindi che il 70-80% della popolazione non crede più all'equazione "crescita del PIL uguale a aumento del benessere", come non crede che con l'introduzione dell'euro l'inflazione sia diminuita. Tutti sappiamo che il PIL misura la quantità di beni/servizi, ma non la loro qualità, che nei servizi pubblici è essenziale. Tutti sappiamo che uno stupido aumento della burocrazia aumenta il PIL, ma migliora la nostra vita? L'intasamento del traffico, che aumenta i consumi, il costo del pendolarismo e del trasporto merci, aumenta il PIL, ma è un bene? Anche uno tsunami fa aumentare il PIL! Le persone, dicono i sociologi, ambiscono alla felicità, intesa in senso soggettivo e alla soddisfazione (sul lavoro, nella vita privata e pubblica, ecc.), ma c'è tutta una serie di indicatori

importanti e abbastanza misurabili (la salute, la libertà, il godimento di pieni diritti, la dignità personale, la sicurezza personale ed economica, l'evitare catastrofi naturali, ecc.).

Il rapporto conferma l'impressione della popolazione: il PIL non è una misura adeguata, perché negli anni la disuguaglianza sociale è aumentata. I (pochi) ricchi lo sono sempre di più, mentre la massa dei poveri è in forte aumento, anche se la media cresce. Basterebbe sostituire la media con la mediana (ovvero il reddito della persona tale che il 49,9% guadagna più di lui ed il 49,9% guadagna meno) per avere sorprese. Ad esempio negli USA fra il 1998 ed il 2008 la media ha visto un +9%, ma la mediana ha avuto un -4%!

In realtà il rapporto della Commissione non dice di buttare il PIL, ma di integrarlo con alcuni indicatori aggiuntivi (come il vecchio detto che "i soldi non fanno la felicità, ma aiutano a sopportare la miseria"). Non si può guidare un'automobile guardando solo all'indicatore di velocità (si rischia di restare senza benzina, di surriscaldare il motore, ecc.): bisogna avere un cruscotto con più strumenti. Questi potrebbero essere:

- ① il PIL (che misura abbastanza bene l'occupazione),
- ② la QUALITÀ DELLA VITA (salute, istruzione, occupazione e/o ammortizzatori sociali, sicurezza economica, diritti sociali, ecc.),
- ③ la SOSTENIBILITÀ (ovvero lasciare ai nostri figli qualcosa di più di quello che abbiamo ereditato),
- ④ LA PROSSIMITÀ DELLA CATASTROFE POSSIBILE (timori di guerre, inondazioni, catastrofi ambientali, ecc.)

Il punto 3 è importante per le nuove generazioni, che guardano all'eredità in modo più completo di noi: non conta solo l'aspetto economico, ma anche quello umano, l'ambiente, le risorse non rinnovabili, la biodiversità, ecc. Ma siccome l'occupazione rimane un bene fondamentale della nostra società – il trauma maggiore è la perdita dell'occupazione o della salute, in parte fra loro connessi – il PIL rimane sempre un indicatore importante, anche se nei Paesi sviluppati il tasso di crescita non è più importante come in Cina, India o Brasile. L'Italia quindi non si deve preoccupare più di tanto della bassa crescita del PIL, ma deve puntare al miglioramento della qualità dei servizi (soprattutto quelli pubblici). ■



QUALI STRATEGIE NEL FUTURO DI UIR?

Alla domanda l'Associazione degli interporti risponde coinvolgendo altre associazioni e alcuni rappresentanti del mondo politico.

di Tiziano Marelli

Alla sala Capranichetta di una piazza Montecitorio ormai da mesi quotidianamente "assedata", conseguenza dei tantissimi problemi che affliggono il nostro Paese (nell'occasione, mercoledì 1 dicembre, dagli edili giunti in massa da ogni parte d'Italia), si è tenuta a Roma l'assemblea nazionale della Uir, l'Unione Interporti Riuniti. L'associazione ha voluto incentrare l'appuntamento annuale sul "confronto" fra alcuni operatori del settore al massimo livello e politici che da tempo si occupano di logistica interportuale e delle problematiche ad essa connesse. Quindi, ad animare il dibattito ci hanno pensato da una parte i presidenti di Assologistica, Federtrasporto, Assoport, Assofer e dall'altra il senatore Angelo Maria Cicolani (membro della Commissione Lavori Pubblici), l'onorevole Silvia Velo (vice presidente della Commissione Trasporti) e il sottosegretario ai trasporti Bartolomeo Giachino.

Dal confronto è emersa una condivisione di intenti e strategie; vincendo ogni possibile divisione e differente visione utile alla risoluzione dei problemi del settore, i quattro presidenti, pur se con toni diversi, hanno chiesto al Governo una rapida e auspicabile

approvazione di un piano per la logistica che si possa ritenere equilibrato, capace di riconoscere pari dignità a tutte le infrastrutture di trasporto funzionali all'intermodalità e in grado anche di circoscrivere interventi finanziari sulla base di criteri che realmente saranno in grado di attivare processi di cambiamento.

Il presidente Ricci ha posto l'accento sulla necessità di un'autentica riorganizzazione dell'offerta logistica

Nella sua relazione di apertura, il presidente di Uir, Alessandro Ricci, ha voluto anzitutto individuare quattro segmenti di possibile intervento governativo che necessitano di una programmazione prioritaria e strategica. Nel particolare, Ricci ha voluto porre l'accento sull'importanza di una autentica riorganizzazione dell'offerta logistica, sulla possibile trasformazione della domanda connessa al settore, sulla concentrazione delle piattaforme in piastre logistiche e sulla necessaria riqualificazione degli insediamenti immobiliari per la logistica.



A questo proposito Ricci ha anche sottolineato come sia importante il perseguimento dei punti sopraccitati, perché *“il controllo delle soluzioni logistiche congiuntamente alla qualità dei prodotti e alla rete di commercializzazione costituisce una delle variabili essenziali per posizionarsi con successo sui mercati internazionali”*. Il presidente di Uir ha anche aggiunto che l'Italia soffre di *“un'eccessiva parcellizzazione dell'offerta di autotrasporto”*, situazione che *“inficia l'efficienza di prestazioni di servizio competitive, sia dal punto di vista economico che qualitativo”*. Per risolvere il problema sarebbe importante *“individuare barriere in entrata e precisi standard qualitativi che possano contenere il frenetico aumento di singoli operatori, attivando sani processi di selezione e di razionalizzazione del mercato, a beneficio di un'impresa di autotrasporto sicuramente più solida”*. Problemi seri e di difficile solu-



ARMATURA INFRASTRUTTURALE DI PRIMARIA IMPORTANZA

In quella che viene definita dagli operatori del settore alla stregua di *“armatura infrastrutturale”* del nostro Paese – vero e proprio *“attore primario”* in grado di assicurare la fluidità del sistema economico con la movimentazione delle merci, sia in termini di import che di export - gli interporti presenti sul nostro territorio rappresentano nodi sensibili di primaria importanza. Dalla loro operatività funzionale dipendono anelli fondamentali della catena logistica. Infrastrutture agili e moderne, di interesse collettivo e realizzate sulla base di tre pilastri fondamentali: pianificazione e razionalizzazione del territorio, sviluppo del trasporto intermodale e incremento della qualità del servizio di trasporto offerto alle imprese. Gli interporti italiani rappresentano indubbiamente un punto di forza del sistema logistico nel suo complesso e sono considerati dagli esperti come veri e propri motori dello sviluppo industriale continentale, tanto che la rete che ne *“tesse”* il suo reticolo è considerata una delle più importanti a livello europeo sia per il numero delle strutture che la compongono sia per la qualità che la caratterizza. Per i servizi che sono in grado di offrire gli interporti sono equiparabili a veri e propri poli di sviluppo terziario: in quanto centri logistici d'interscambio e fornitori di servizi a valore aggiunto svolgono a tutti gli effetti il ruolo di hub nell'ambito di sistemi sempre più complessi e articolati.

zione soprattutto perché, secondo Ricci *“l'autotrasporto italiano opera in maniera del tutto isolata, slegato da qualsiasi logica di cooperazione intermodale”*, modalità che è *“considerata una minaccia e non certo un'opportunità con cui offrire servizi di trasporto più efficienti e meno impattanti”*.

Un lavoro ancora lungo e difficile, dunque, ma che dovrà essere assolutamente coronato da una legge di riordino del sistema interportuale che adegui quella precedente (la 240, ormai risalente al 90) alle trasformazioni che nei vent'anni successivi hanno condizionato lo sviluppo degli interporti e la loro relativa operatività, in questo lungo periodo diventata molto più varia e complessa.

La presenza di personalità ad alto livello all'assemblea di Roma, di fatto, conferma la massima importanza che l'Uir attribuisce all'integrazione,

al coordinamento e alla sincronizzazione fra tutti gli attori coinvolti, in un processo di riorganizzazione logistica che si deve giocoforza incastrare al meglio con i nuovi scenari economico-produttivi, naturalmente non solo nazionali.

A conclusione del dibattito generale la sensazione che gli appelli *“lanciati”* dal settore interportuale-logistico siano stati accolti positivamente è più che palpabile. Infatti, il sottosegretario Giachino, pur riconoscendo senza tentennamenti le difficoltà esistenti nel tentativo di riuscire a definire una politica di sviluppo dei trasporti condivisa, si è detto disponibile a valutare con particolare attenzione le problematiche e le soluzioni proposte nella giornata di lavoro, impegnandosi a identificare quelle che possano maggiormente dimostrarsi in sintonia con le necessità del Paese. In ogni caso, un impegno che certo non è da poco. ■

PIU MERCI SU FERRO? ECCO COME FARE

Imprese e associazioni chiedono misure perché la galleria di base del Gottardo, alla sua apertura tra sette anni, possa produrre gli effetti attesi.

a cura di **Roger Knopfler**

Se due anni dopo l'apertura della galleria di base del Gottardo si intende raggiungere anche solo parzialmente l'obiettivo di trasferimento di merci dalla strada alla rotaia, alcune condizioni sulle rotaie svizzere dovranno cambiare. Infatti, entro il 2019, altre 1.200.000 spedizioni stradali dovrebbero essere trasferite su rotaia nel transito alpino, in aggiunta alle attuali 900.000 spedizioni e in considerazione della crescita del mercato. Ma ciò non può essere realizzato senza un rapido sviluppo dell'infrastruttura e un incremento dell'attrattiva del mezzo ferroviario per il trasporto delle merci. In occasione della presentazione del documento di posizione "Alptransit 2017 - Infrastrutture per il trasferimento del traffico" a Zurigo, imprese e associazioni del trasporto merci hanno fatto notare con forza le disfunzioni attuali e hanno richiesto azioni mirate da parte della politica dei trasporti.

Certo, le nuove gallerie di base del Gottardo e del Ceneri rispettano i più moderni standard, ma i tratti restanti del corridoio nord-sud, decisivo per il traffico di transito, risalgono al XIX secolo e rispondono solo in parte ai requisiti attuali. "L'intero asse del Gottardo deve essere adeguato secondo un piano di corridoio sia in Svizzera che negli stati confinanti",

ha richiesto Bernhard Kunz, direttore dell'operatore del trasporto combinato elvetico Hupac. È stato un grande risultato, quello della politica svizzera dei trasporti, di realizzare, dal 2000 al 2008, una crescita del 70% del trasporto combinato su un'infrastruttura centenaria, ma ormai il profilo limitato della tratta rappresenta un pun-

to insormontabile per l'ulteriore sviluppo del traffico. Il profilo di 3,80 metri della tratta del Gottardo è inferiore allo standard europeo ed esclude dal trasferimento il segmento dei moderni semirimorchi da 4 metri.

In Svizzera, dal 2000 al 2008, si è avuto un +70% nel trasporto combinato; il tutto su un'infrastruttura centenaria

Negli ultimi vent'anni la percentuale di semirimorchi nel trasporto transalpino stradale attraverso la Svizzera è raddoppiata e attualmente ammonta almeno al 60% di tutti i veicoli. I semirimorchi sono flessibili

Archivio Hupac



nell'utilizzo e con i loro 4 metri di altezza laterale sono particolarmente adatti per il trasporto di merci voluminose. "Se vogliamo trasferire ulteriori volumi, dobbiamo concentrarci su questo segmento di mercato in quanto gli altri segmenti, come i container e le cisterne, sono già trasferiti su ferrovia nella quasi totalità" ha dichiarato Kunz. E' un potenziale di mercato con buone prospettive di sviluppo, visto che grandi imprese di trasporto e logistica abbandonano sempre più altri tipi di contenitori di carico come le casse mobili e convertono le loro flotte in semirimorchi da 4 metri.

Interessante è lo sviluppo dell'asse del Brennero che nel 2000 è stato convertito al profilo da 4 metri. Da allora il trasporto combinato non accompagnato (TCNA) è quadruplicato, mentre il trasporto di semirimorchi è aumentato di sei volte. Attualmente, il 28% delle spedizioni TCNA



E L'ITALIA FACCIAMO LA SUA PARTE

Misure immediate sono necessarie anche per gli allacciamenti a sud della galleria di base del Gottardo. Le nuove linee ferroviarie previste in accordo tra Svizzera e Italia rappresentano un progetto molto ambizioso che richiede investimenti importanti a causa del territorio montuoso. Le opere potranno essere realizzate, stante la situazione attuale, non prima del 2040-2050. Per poter mettere a disposizione adeguate linee d'accesso in tempi più brevi, le tratte ferroviarie odierne via Luino e Chiasso devono essere potenziate con alcuni interventi di minore entità, ad esempio con la realizzazione della piattaforma Luino I e II che consentirebbe il transito di una maggiore quantità di treni di lunghezza maggiore. Mentre infatti lo standard ferroviario europeo prevede una lunghezza dei treni di 750 metri, i convogli che viaggiano sull'asse nord-sud attraverso la Svizzera attualmente raggiungono al massimo una lunghezza di 600 metri a causa di restrizioni nel sud. "In tutta Europa si discute dei megatrailer che incrementano la produttività del trasporto stradale del 50% in un sol colpo - sottolinea Kunz - Da anni lottiamo perché i treni del transito alpino possano essere più lunghi di uno o due vagoni, guadagnando quindi un paio di punti percentuali in termini di produttività. È necessario concludere finalmente la fase I del progetto piattaforma Luino e avviare immediatamente la fase II". Un altro punto debole è rappresentato dai terminali di trasbordo. Un deficit acuto si delinea a est di Milano. Entro l'apertura della galleria di base l'Italia aumenterà la capacità dell'asse via Chiasso, decisivo per il trasporto passeggeri, e costruirà una nuova tratta tra Seregno e Bergamo. Tuttavia non sono ancora previsti i terminali di trasbordo necessari per il traffico merci; i piani di investimento di Hupac sono stati respinti. Ma senza terminali non è possibile alcun trasporto combinato.

via Brennero è rappresentato da semirimorchi, un dato in continuo aumento. Secondo uno studio dell'Ufficio federale dei trasporti, con l'introduzione di un corridoio da 4 metri in Svizzera la percentuale di semirimorchi passerebbe dall'attuale 13% al 25-35% entro il 2030.

Significativi i risultati raggiunti dall'asse del Brennero, dopo che nel 2.000 è stato convertito al profilo dei 4 metri

Per trasportare i moderni autoarticolati su rotaia è necessario abbassare i binari delle tratte interessate e realizzare alcuni conseguenti ade-

guamenti. L'investimento dovrebbe ammontare a pochi milioni di franchi svizzeri. Al momento il progetto e il finanziamento sono in fase di verifica da parte dell'Ufficio federale dei trasporti. Non ci sono alternative, dato che il corridoio da 4 metri attraverso il Lötschberg è saturo per oltre il 90%, mentre i carri merci sono già stati abbassati al massimo. L'ampliamento dell'asse del Gottardo per il trasporto dei 4 metri è un importante passo intermedio e

deve essere attuato già per l'apertura della galleria di base del Gottardo nel 2017: è questa l'inevitabile e, tutto sommato, scontata richiesta dei ■

UNA PIATTAFORMA DI NOME UIRNET

Come funziona, quali obiettivi ha il sistema che dovrebbe erogare servizi ad aziende di trasporti e logistica. Lo abbiamo chiesto al suo presidente.

di **Anna Mori**



RODOLFO DE DOMINICIS

UIRNet consiste in una piattaforma nazionale per la logistica integrata e l'intermodalità. Sul suo ruolo e sui suoi obiettivi abbiamo chiesto chiarimenti al presidente Rodolfo De Dominicis.

COME FUNZIONA IN CONCRETO E QUALI SERVIZI OFFRE UIRNET?

■ La piattaforma logistica nazionale, in realtà, rappresenta il primo tassello di un sistema gerarchico più ampio. Il sistema UIRNet, infatti, prevede un livello centrale nazionale, dove si colloca la "piattaforma logistica nazionale", pensata per erogare servizi di sistema (a esempio infomobilità intelligente, controllo e monitoraggio delle flotte, interscambio dati e documenti, incontro domanda/offerta e tele-prenotazione) ad autotrasportatori, aziende di trasporto e aziende logistiche, permettendo l'integrazione e l'integrazione con enti pubblici e privati, istituzioni, gestori dei nodi e delle infrastrutture. Vi è poi un livello centrale regionale composto da una serie di "piattaforme regionali" o di macroarea, integrate con il livello superiore, che erogheranno servizi specifici per il territorio di propria competenza, per soddisfare le esigenze peculiari degli attori logistici dell'area. E infine sono previsti livelli periferici e di campo, dove risiedono le tecnologie installate/da installare presso nodi, infrastrutture logistiche, istituzioni, aziende, strade, mezzi di trasporto, ecc. per interagire con il sistema di piattaforme, fruendo dei loro servizi e/o contribuendo alla loro realizzazione.

QUAL È LA MISSION DI UIRNET?

■ UIRNet si rivolge agli operatori della filiera produzione-transporto-logistica con l'obiettivo di migliorare efficienza e sicurezza attraverso il suo sistema di piattaforme. UIRNet fondamentalemente nasce per sostenere la logistica in Italia: in attesa di ridurre il gap infrastrutturale è indispensabile agire investendo su soluzioni tecnologiche in grado di favorire la competitività del sistema trasporti, sostenere l'intermodalità, assicurare rispetto di regole del trasporto e migliorare la sicurezza stradale. UIRNet mira a diventare il braccio telematico del ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e quindi il sistema tecnologico di riferimento per la logistica in Italia, assumendo un ruolo di raccordo tra gli operatori del settore.

Accanto alla struttura nazionale vi saranno piattaforme regionali o di macroarea

E QUALI SONO I SUOI OBIETTIVI NEL BREVE?

■ UIRNet ha generato forti aspettative negli utenti e quindi ora l'obiettivo principale nel breve è quello di avviare la sperimentazione dei servizi di base, per dimostrare sul campo le potenzialità del sistema, anche se ovviamente l'espressione completa di tali potenzialità si avrà solo alla fine del 2011, quando la piattaforma andrà a regime. UIRNet l'anno prossimo sarà impegnata nell'organizzazione di tale sperimentazione, con l'obiettivo ambizioso di iniziare a testare i suoi servizi su 10.000 camion entro la fine del 2011. E' in costruzione la rete di "dispatcher regionali", società veicolo necessarie per la vendita e l'erogazione dei servizi. A tal proposito sono già state create molte delle società veicolo che avvieranno i "dispatcher" e si sta predisponendo la gara per la realizzazione dell'infrastruttura tecnologica di cui dovranno essere dotati i "dispatcher" delle regioni dell' "obiettivo convergenza". Per tale realizzazione è stato



UIRNet S.p.A.

ISTITUTO NAZIONALE DELLA LOGISTICA INTEGRATA E INTERMODALITÀ

richiesto un finanziamento nell'ambito del programma "PON reti e mobilità 2007-2013". Nella realizzazione di questo modello "hub", a livello periferico si dovranno dotare poi i nodi delle tecnologie atte a integrarsi nel sistema.

VI SONO ALTRI OBIETTIVI?

■ Un altro obiettivo importante è la continua espansione della rete di attori coinvolti nell'iniziativa ed è anche per questo che è stato lanciato un aumento di capitale competitivo, con l'intenzione, non solo ovviamente di mettere in sicurezza il finanziamento del progetto, ma anche di instaurare collaborazioni con nuovi partner industriali anche internazionali su progetti innovativi nel settore.

E NEL LUNGO PERIODO?

■ Nel futuro meno prossimo, avendo a disposizione un sistema intelligente che collega tutti gli operatori del settore in tempo reale sarà poi possibile progettare nuovi modelli di intermodalità e di logistica integrata che migliorino la competitività del sistema attraverso nuove regole e incentivi. Le sfide future sono molte: c'è sicuramente quella di coniugare la dimensione locale con quella internazionale, quella di coinvolgere anche i gestori delle infrastrut-

ture ferroviarie e magari aeroportuali e poi la messa in sicurezza dei flussi provenienti dall'estero, l'elaborazione di un nuovo approccio alla pianificazione territoriale leggera, la riconnessione del Sud con il Nord, la ridefinizione del ruolo dell'Italia nei nuovi flussi di traffico globali, ecc.

UIRNet punta a diventare il braccio telematico del ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti

QUALI SONO I SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO?

■ UIRNet è soggetto attuatore del ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e ha all'interno del suo capitale sociale 24 interporti italiani, la Fondazione Slala e importanti player industriali italiani quali Finmeccanica (attraverso Elsig Datamat e Telespazio), Autostrade per >



www.interportosud.it
www.interportocentre.it



INTERPORTO D'ABRUZZO

Il futuro è combinato!



l'Italia e Telecom Italia, che sono anche partner tecnologici per la realizzazione del sistema. Il sistema rete UIRNet però fa riferimento a un'ampia comunità di attori che include enti pubblici, gestori di nodi e di infrastrutture, aziende private e operatori della filiera produttiva (produzione industriale, trasporto, logistica e distribuzione), associazioni di categoria. UIRNet ha iniziato a coinvolgere tale comunità attraverso una pluralità di iniziative di collaborazione. E' inoltre impegnata a dialogare con le Regioni interessate a partecipare ai "dispatcher" regionali, al fine di implementare le macro-aree logistiche previste dal Piano per la logistica; ha sottoscritto accordi con l'Agenzia delle Dogane, con l'Autorità portuale di Genova, con molte associazioni dei trasportatori, con Assoporti e Albo dell'Autotrasporto; sta predisponendo l'integrazione con provider di servizi di fleet management e coinvolgendo attivamente alcune grandi aziende di autotrasporto, utenti finali dei nostri servizi.

PUO' SPIEGARE L'ESATTO RUOLO DELLA TECNOLOGIA NEL VOSTRO PROGETTO?

■ La tecnologia è l'anima del sistema, che si propone di offrire servizi semplici e immediati da usare per i trasportatori. Questo progetto ha un'elevata

complessità tecnologica, sia per l'alto grado di innovatività che lo caratterizza, sia per l'ambizione di perseguire l'integrazione di tutti gli attori della filiera attraverso un'unica piattaforma,

E' previsto un coinvolgimento anche delle principali Associazioni del trasporto e della logistica

ma anche perché, com'è noto, per rendere un prodotto facilmente utilizzabile è richiesto un elevato sforzo ingegneristico e un patrimonio tecnologico adeguato per realizzarlo. Nella realizzazione della piattaforma inoltre sono state usate soluzioni info-telematiche modulari, scalabili e flessibili verso usi futuri. Si è scelto di mantenere l'indipendenza da vendor, usando open standard, multi-sourcing, ecc., al fine di garantire la maggiore interoperabilità possibile con soggetti terzi.

QUALI SONO ATTUALMENTE I PROGETTI PILOTA GIÀ AVVIATI?

■ Al momento le attività di sviluppo della Piattaforma logistica nazionale sono ancora in corso e la sua piena realizzazione è prevista entro il 2011. Una prima sperimentazione è stata avviata ad agosto intorno al porto di Genova, attraverso il dimostratore Nord-Ovest,

parte della piattaforma, di cui si sta completando l'integrazione con E-port. Entro un mese partirà la sperimentazione di alcuni dei servizi della piattaforma su 20 mezzi di Autamarocchi: in questi giorni si sta procedendo all'installazione delle Obu (on board unit) di UIRNet e all'attivazione del servizio di connettività erogato dal nostro partner selezionato con gara a evidenza pubblica, Telecom Italia SpA. Ed entro la fine di dicembre si sperimenteranno gli stessi servizi con almeno un altro fleet manager, in fase di integrazione con la piattaforma. Da gennaio partirà la sperimentazione operativa di tutti i servizi di base della piattaforma sui primi 2500 camion.

E' PREVISTO UN COINVOLGIMENTO DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA IN UIRNET, INCLUSA LA STESSA ASSOLOGISTICA?

■ Le Associazioni del trasporto sono già state invitate a partecipare attivamente al progetto (anche in veste di azionisti) e allo sviluppo dei "dispatcher" regionali. Ad oggi sono stati siglati accordi di collaborazione con Fai - Federazione Autotrasportatori Italiani, con Confartigianato Trasporti, con Fita-Cna, con Anita e con Trasporto Unito, accordi operativi con Fai Service, con Oltre e con Tu Service. Sono però ancora in corso le attività necessarie al conseguimento di altri accordi operativi con altre associazioni di categoria allo scopo di raggiungere il bacino di almeno 10.000 mezzi, a cui si accennava in precedenza, da coinvolgere nella sperimentazione sul campo dei servizi offerti da UIRNet (attualmente i mezzi messi a disposizione dalle associazioni sono circa 6.000). Sarebbe altamente strategico stipulare una convenzione con Assologistica. ■



CARATTERISTICHE:

- Superfici modulari da 600 a 6.000 mq con uffici
- Altezza sottotrave da 8 a 12 metri
- Ampie aree di parcheggio
- Raccordo ferroviario
- Cablaggi in fibra ottica



COLLEGAMENTI:

- Accesso diretto
- 1 Km casello Verona Nord alla tang. Ovest di Verona
- 2 Km casello Verona Sud
- Impianto antintrusione perimetrale o telecamere
- Controllo accessi



RETI EUROPEE TEN-T STRATEGICHE, MA...

Ue e singoli Stati membri devono effettuare una gerarchia dei nodi e valutare ciò che funge da effettivo ostacolo ai collegamenti.

a cura di **Paolo Bianchi**

La definizione di una rete centrale (“core network”) costituisce un passo positivo in avanti per dotare

l’Unione Europea di un sistema coerente di infrastrutture primarie, adeguate a sostenere lo sviluppo e la competitività del tessuto economico comunitario”, esordisce così Alessandro Ricci, presidente di UIR, esponendo la posizione di Unione Interporti Riuniti sulla futura politica in materia di rete trans-europea di trasporti.

I PRINCIPI E I CRITERI PER LA PROGETTAZIONE DELLA RETE CENTRALE SONO ADEGUATI E PRATICABILI? QUALI SONO I LORO PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA?

Il concetto di rete centrale richiede la chiara e univoca individuazione di tutte le strutture strategiche primarie per la configurazione del sistema: porti, aeroporti, interporti e stazioni. I nodi della rete, e la loro connessione, costituiscono l’ossatura della nuova organizzazione. Per il trasporto delle merci, la messa in rete delle principali infrastrutture interportuali su scala comunitaria può essere l’occasione per definire l’ossatura di un sistema logistico di dimensione comunitaria per i trasporti terrestri; in questo senso, la definizione di un modello di collegamenti tra i principali porti e i principali interporti europei, collegati nella rete centrale, rappresen-

ta anch’esso un potenziale veicolo di modernizzazione del sistema di trasporto merci su scala comunitaria.

“Di grande utilità per gli operatori è mettere in rete i principali snodi infrastrutturali del sistema comunitario”

nodì, individuando quelle piattaforme che assumono valore strategico comunitario, per poter consentire poi di valutare con attenzione tutti quei colli di bottiglia che oggi vincolano la potenzialità dei collegamenti tra i nodi considerati strategici e primari per il sistema comunitario nel suo insieme. Sotto il profilo degli assetti infrastrutturali questo

COSA SERVE NEL CONCRETO PER OTTENERE TUTTO QUESTO?

Serve che l’Unione Europea nel suo insieme e anche i singoli Stati membri decidano di condurre un processo di gerarchizzazione dei

passaggio costituisce certamente un progresso nel percorso di pianificazione comunitaria. Resta però aperto il tema dell’organizzazione dei servizi che utilizzeranno le infrastrutture della rete centrale. La fissazione di un *core network* costituisce un’occasione irripetibile per rilanciare i servizi intermodali su scala comunitaria. Questa evoluzione è possibile mettendo in atto tutte le azioni di politica dei trasporti con cui massimizzare il ricorso da parte del mercato a soluzioni co-modalì o intermodalì, all’interno della rete centrale del sistema dei trasporti europeo.

IN CHE MISURA I PROVVEDIMENTI COMPLEMENTARI IN MATERIA DI INFRASTRUTTURE CONTRIBUISCONO AL CONSEGUIMENTO DEGLI OBIETTIVI DI UN SISTEMA DEI TRASPORTI ORIENTATO AL FUTURO?

Il potenziamento della qualità tecnologica dei sistemi



COSÌ IL NETWORK NEL 2020

Le reti TEN-T (Trans-European Networks - Transport) prevedono pure 94.000 km di ferrovia (compresi 20.000 km di linee ad alta capacità).



infrastrutturali su scala europea, soprattutto mediante procedure che consentano il tracking and tracing delle merci su scala sovranazionale con accesso per tutti gli operatori, costituisce certamente una delle linee prioritarie di intervento per disegnare il futuro del sistema europeo dei trasporti. Mettere in rete secondo un disegno omogeneo i principali snodi infrastrutturali del sistema comunitario può consentire anche agli operatori di mercato di disporre di una mappa aggiornata sugli standard di servizio disponibili, sulle facilities che possono rendere maggiormente competitivo il sistema logistico e dei trasporti su scala comunitaria.

A CHI SPETTEREBBE IL COMPITO DI METTERE IN RETE TALI SNODI?

L'esistenza di una rete "pubblica" primaria per le connessioni all'interno dell'Europa e nel rapporto con i principali partner terzi può consentire anche di superare in qualche modo un'organizzazione del mercato e della logistica che, nel corso dei passati decenni, ha visto come protagonisti nella costruzione delle reti di collegamenti più i grandi soggetti multinazionali del mercato (hanno organizzato propri network) che non il sistema delle istituzioni comunitarie, impegnate prioritariamente nella realizzazione dei grandi investimenti sui corridoi principali. Un dialogo tra decision makers di politica europea dei trasporti e operatori specializzati del settore è certamente auspicabile, per

cercare di mettere a rete e a sistema ciò che il mercato ha intanto costruito, e ciò che le scelte di regolazione pubblica possono contribuire a rafforzare.

QUALE RUOLO POTREBBE SVOLGERE LA PIANIFICAZIONE DELLA TEN-T PER INCREMENTARE IL CONTRIBUTO DEL SETTORE DEI TRASPORTI AGLI OBIETTIVI STRATEGICI DI "EUROPA 2020"?

■ Se la pianificazione delle TEN-T assumerà ancor più una dimensione strategica orientata effettivamente al principio della gerarchizzazione degli interventi, allora si potrebbero effettivamente favorire elementi di chiarezza nelle scelte di politica pubblica, che possono dare indicazioni e risposte anche al settore degli operatori del sistema logistico e trasportistico comunitario. Il rischio di una dispersione in troppi progetti considerati prioritari - e l'allungamento nei tempi di realizzazione - può portare effettivamente a non intervenire sugli snodi di interscambio che costituiscono il cuore strategico di ogni rete. Un approccio

multimodale al trasporto e alla logistica è reso inevitabile proprio quando si assegna centralità e priorità alle infrastrutture di interconnessione (porti, interporti, aeroporti e stazioni), che supportano il carico maggiore delle incoerenze di sistema derivanti da un approccio basato esclusivamente sul concetto di corridoio, che non tiene sufficientemente nel conto le tensioni di congestione che i nodi inevitabilmente sono chiamati poi a sopportare.

"La scelte future devono ispirarsi al principio della gerarchizzazione degli interventi, evitando dispersioni in troppi progetti"

IN CHE MODO È POSSIBILE COORDINARE MEGLIO LE DIFFERENTI FONTI DI SPESA UE PER ACCELERARE LA REALIZZAZIONE DEI PROGETTI E DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI NEL CAMPO DELLE TEN-T?

■ Già la stessa concentrazione degli interventi sulla rete centrale consentirà un migliore coordinamento e una maggiore focalizzazione sulle azioni di investimento prioritarie, che dovranno riguardare non solo i corridoi, ma anche i sistemi terminali, che sono spesso collo di bottiglia tale da poter generare importanti recuperi di capacità infrastrutturale. Attrezzare i sistemi terminali con tecnologie moderne di comunicazione e di connettività costituirà un altro degli >



INTERPORTO BOLOGNA



IL CUORE INTERMODALE DELL'ITALIA È VERDE

L'Interporto di Bologna è un **nodo vitale** per il trasporto e per la logistica delle merci che si movimentano lungo l'asse Nord-Sud dell'Italia, cerniera fra l'Europa e i Paesi del Mediterraneo.

Costruito per offrire livelli di servizio efficienti ed evoluti alle imprese di trasporto e al sistema industriale locale, l'Interporto di Bologna da anni opera nel **pieno rispetto dell'ambiente**, avendo acquisito, sin dal 2004, la **certificazione ISO 14001**.

Interporto di Bologna offre **139.000 mq di aree per nuove costruzioni**, **6.000 mq** fra ribalte ferro-gomma o gomma-gomma, magazzini e uffici specializzati per la logistica **pronti alla locazione**.

Interporto di Bologna è una piattaforma logistica di **livello europeo**, al servizio dell'economia, della comunità, dell'ambiente.



Interporto Bologna SpA

www.bo.interporto.it
Tel. 051.2913011 fax 051.221505
info@bo.interporto.it

elementi su cui focalizzare l'attenzione per dare maggiori servizi al mercato e agli operatori. Trasformare progressivamente l'approccio delle TEN-T da una logica sinora prevalente di itinerario verso una logica di network metterà a fuoco la strategicità delle azioni di miglioramento e di potenziamento nella gestione dell'"ultimo miglio", dove spesso si annidano le maggiori problematiche per la fluidità complessiva del sistema di collegamenti europeo e nazionale.

COME PUÒ UNA STRATEGIA EUROPEA DI FINANZIAMENTO COORDINARE E/O COMBINARE LE DIFFERENTI FONTI DI FINANZIAMENTO UE E NAZIONALI, PUBBLICHE E PRIVATE?

■ Una maggiore capacità di regia sovranazionale tra le varie fonti di finanziamento potrebbe generare una maggiore certezza nel timing dei finanziamenti stessi, che oggi dipendono in misura ancora preponderante dalle scelte dei singoli Stati nazionali. Un quadro comunitario condiviso può generare anche una maggiore sincronizzazione tra interventi che riguardano diversi Stati membri, e che sono però influenti, in termini di attuazione, dal punto di vista della costruzione di un network comunitario.

LA CREAZIONE DI UN QUADRO EUROPEO DI FINANZIAMENTO POTREBBE COSTITUIRE UNA RISPOSTA ADEGUATA ALLE LACUNE DI ATTUAZIONE DEI PROGETTI E DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI NEL CAMPO DELLA TEN-T?

Certamente, l'esistenza di un quadro europeo di finanziamento può dare un contributo positivo all'efficacia, soprattutto nella realizzazione temporalmente tempestiva, delle opere effettivamente prioritarie su scala sovranazionale, contribuendo per questa via a generare un quadro attrattivo per gli operatori del mercato. Oggi le incertezze temporali in fase di attuazione costituiscono un freno per la competitività dell'Europa, sia per i ritardi di qualità infrastrutturale che determinano, sia per un dibattito sulle priorità infrastrutturali che risente ancora troppo delle discussioni localistiche di carattere nazionale, che spesso impediscono di cogliere la dimensione di superiore interesse.

IN CHE MODO LA POLITICA IN MATERIA DI TEN-T PUÒ BENEFICIARE DI NUOVI STRUMENTI E DISPOSIZIONI GIURIDICHE?

■ Senza un quadro regolatorio adeguato di dimensione comunitaria sarà difficile davvero cogliere tutti i potenziali sviluppi del nuovo approccio di pianificazione comunitaria. In assenza di un tessuto normativo di riferimento, si corre davvero il rischio di disegnare una strategia priva poi dell'effettiva capacità di orientare le scelte e di indirizzare i comportamenti verso le finalità auspiccate. ■

Eastgate Park. Il luogo ideale per far crescere i tuoi affari.





Eastgate Park™, il contesto migliore per coltivare le potenzialità della tua azienda.

Entra a far parte del più grande parco integrato logistico, industriale e artigianale del Nord-Est. Il nuovo distretto produttivo del Veneto Orientale - progettato con grande attenzione per l'ambiente - è il terreno ideale dove affittare ed acquistare lotti edificabili e immobili per l'impresa già disponibili con tagli da 450 a 32.000 mq. Da oggi e fino al 31 ottobre 2010 a prezzi particolarmente vantaggiosi grazie alla promozione in corso.

EASTGATE PARK INFO POINT - via Rivago 69, Portogruaro (VE) - www.eastgatepark.it
PIRELLIRE AGENCY Tel. 0421/244422 www.pirellireagency.com - **CELTIC** Tel. 02/7620171 www.celticity.it

una commercializzazione

 Celtic

 PIRELLIRE
AGENCY

"PUNTIAMO ANCHE AL NORD EUROPA"

Così il direttore generale spiega l'importanza, anche geografica, dell'Interporto d'Abruzzo, posto al crocevia di importanti corridoi.

a cura di **Giulia Vivis**



MOSÈ RENZI

In un momento in cui l'uscita dalla crisi non manifesta decisi segnali di ridimensionamento, mettere in esercizio una nuova infrastruttura interportuale è una bella sfida ed è per questo che abbiamo voluto parlarne col direttore generale dell'interporto d'Abruzzo, Mosè Renzi.

C'ERA DAVVERO BISOGNO DI QUESTA INFRASTRUTTURA NEL CENTRO ITALIA?

■ L'interporto, oltre a offrire un valido sostegno al mondo imprenditoriale chiamato a competere a livello globale, è in grado anche di mitigare le externalità negative connesse alla mobilità delle merci. Il sistema logistico nazionale, per operare in una logica di sistema a rete, ha bisogno di una certa uniformità e interoperabilità delle piattaforme, che - ovviamente - devono essere più proliferanti in aree geografiche a forte vocazione

produttiva, ma che non devono mancare anche nel resto della penisola. D'altronde i maggiori benefici attesi dalla modalità di trasporto si potranno ottenere solo attraverso una maggiore penetrazione dei flussi di traffico che utilizzano la ferrovia nel centro e nella parte più a sud della penisola.

PER UN INTERPORTO È IMPORTANTE LA SUA LOCALIZZAZIONE: QUALI SONO I PLUS DELLA VOSTRA STRUTTURA DA QUESTO PUNTO DI VISTA?

■ L'interporto d'Abruzzo ha senz'altro una localizzazione strategica, che si caratterizza in primis per la vicinanza all'aeroporto d'Abruzzo e al porto di Ortona. È un parco logistico posizionato nel crocevia dei corridoi distributivi sud-nord ed est-ovest, a ridosso dei centri con il più alto tasso demografico della regione Abruzzo e a una distanza inferiore ai 200 chilometri di Roma. Ma non va scordata la sua posizione baricentrica che gli consente di essere punto di connessione e piattaforma di scambio modale per un'area più ampia dei confini regionali, grazie a una connessione agevolata con i sistemi viari a scorrimento veloce. Insomma è una valida alternativa alle scelte di operatori che spesso prediligono centri più conge-

"Godiamo di una localizzazione strategica, sul corridoio adriatico, e alternativa ad altre aree congestionate"

stionati e che proprio in virtù di un eccesso di domanda hanno costi più elevati. Quanto poi alle previsioni future, è ipotizzabile che il corridoio adriatico possa acquisire un ruolo importante nella governance delle merci; con investimenti modesti potrebbe divenire l'incubatore di flussi simmetrici da e per il nord Europa.

QUANDO ENTRERÀ IN ESERCIZIO L'INFRASTRUTTURA E QUALI SARANNO I SUOI SERVIZI LOGISTICI?

■ Nei primi mesi del nuovo anno le opere oggetto dell'ultimo intervento, ovvero, di ampliamento e completamento del sistema interportuale, realizzate con progetto di finanza, saranno riconsegnate e contiamo di poter fare insediare i clienti già dalla pros-



sima primavera-estate. Per quanto riguarda i servizi logistici l'unica attività che svolgeremo è quella attinente alla terminalizzazione. La società Interporto Val Pescara SpA sarà infatti il terminal operator con compiti di pianificazione, programmazione e controllo delle operazioni effettuate presso il terminal ferroviario e nel futuro potrebbe offrire servizi di manutenzione e riparazione delle unità di trasporto intermodale, oltre ai lavaggi ordinari e speciali. L'interporto è un'infrastruttura capace di offrire supporto tecnico-organizzativo agli operatori della logistica con i quali non vogliamo entrare in competizione.

PUÒ SINTETIZZARE LA "BUSINESS PROPOSAL" DELL'INTERPORTO D'ABRUZZO?

■ Tralasciando i servizi di cui parlavamo poc' anzi, potremmo dire che l'interporto d'Abruzzo è un parco logistico che soddisfa qualunque esigenza grazie alla flessibilità del suo lay-out, che garantisce a ogni utilizzatore la massima praticità e qualità d'uso. Gli immobili destinati alle attività logistiche (85.000 mq di magazzini, 5.000 mq di uffici e 70.000 mq di piazzali intermodali) sono stati realizzati rispettando moderni standard e permettono un razionale sfruttamen-



to della superficie sia a chi ha esigenze logistiche fast-moving sia a chi necessita di stoccaggio intensivo.

QUAL È IL VERO PUNTO DI FORZA DELLA VOSTRA INFRASTRUTTURA?

■ La possibilità di disporre con immediatezza di uno stock di magazzini chiavi in mano così importante, conferisce al parco logistico un significativo vantaggio competitivo. A fronte di una domanda che è alla ricerca di efficienza e che non può procrastinare le scelte della funzione logistica è fondamentale poter contare su soluzioni pronte all'uso. I tempi dell'economia nell'era del mercato globale sono sempre più veloci e in uno scenario che si caratterizza per l'aleatorietà e la stretta creditizia, poter trasformare la voce magazzino da costo fisso a variabile, grazie al ricorso alla locazione, è un altro aspetto su cui puntiamo.

IN MERITO A SVILUPPO E PROMOZIONE DELL'INTERMODALITÀ QUALI SONO I PROGETTI A CUI STATE LAVORANDO?

■ Guardiamo con grande interesse ai collegamenti con i porti visto che il trend delle merci provenienti dai Paesi extra comunitari e in particolare asiatici testimonia come molte delle industrie presenti sul nostro territorio facciano sempre più ricorso a questi mercati per approvvigionarsi di materie prime, semilavorati e prodotti intermedi. Il no-

stro è un approccio al quanto innovativo nel settore, infatti non mettiamo a confronto solo l'instradamento del contenitore fra le diverse modalità di vezione (stradale e ferroviaria), ma guardiamo alla filiera nel suo complesso. Questo tipo di approccio sistemico ci ha portato a dimostrare che un servizio di intermodalità over-sea con terminaliz-

zazione ferroviaria può offrire prestazioni interessanti sia dal punto di vista dei KPI che dei costi, per non parlare del valore che crea a livello di sostenibilità ambientale. Per chi pensa che la 'green economy' sia anche una leva di marketing con cui perseguire un processo di differenziazione l'upgrade dei sistemi di trasporto sarà un passaggio obbligato. Anche qui abbiamo ad-

entrare in esercizio entro il 2011.

NEL VOSTRO SITO WEB PARLATE DI MODELLO TECNICO-ORGANIZZATIVO INNOVATIVO. COSA SI INTENDE?

■ Abbiamo creato all'interno del sistema interportuale una piattaforma IP (Internet Protocol) su cui sviluppare i servizi di 'security' e di 'tracking' che offriremo ai conduttori, ma anche servizi di connettività e fonia a banda larga. Inoltre, consapevoli delle esigenze della domanda - che richiede non solo velocità nei cicli operativi, ma anche affidabilità e precisione - abbiamo implementato nella 'yard' un sistema che gestisce i 'boxes' come in un magazzino. Con l'integrazione di tecnologie in radio frequenza il terminal operator è quindi in grado di tracciare le UTI e lo stato in cui versano in tempo reale. ■

"Gli immobili destinati alle attività logistiche sono stati realizzati rispettando standard moderni"



CEVA LOGISTICS DICE ADDIO ALLA CRISI

A giudicare dai risultati registrati dal 3PL il settore può guardare al futuro con un cauto ottimismo. Nel terzo trimestre 2010 i ricavi sono in crescita sia nel 'freight management' che nel 'contract logistics'.

di **Paolo Sartor**



RUBIN MCDUGAL



JOHN PATTULLO

Ceva Group ha annunciato ricavi record e un rafforzamento degli utili nel terzo trimestre del 2010. In sintesi, come si evince dai dati riportati nella tabella di pag. 43 parliamo di ricavi per 1,82 miliardi di euro, con un incremento del 32% su base annuale e Ebitda (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) di 86 milioni di euro – aumentato del 26% rispetto allo scorso anno. *“Sono soddisfatto della performance del gruppo nel terzo trimestre- ha dichiarato John Pattullo, Ceo di Ceva - Le nostre azioni intraprese per recuperare margini nel 'freight management' e la nostra costante attenzione alla redditività nel 'contract logistics' generata nel terzo trimestre ci rendono fiduciosi sui risultati dell'intero anno”*. Per analizzare e comprendere

meglio i risultati abbiamo realizzato un'intervista in esclusiva con John Pattullo e Rubin McDougal (Chief financial officer di Ceva).

QUALI SONO STATE LE AZIONI O LE RICETTE PER CONSOLIDARE NEL TERZO TRIMESTRE QUESTI BUONI RISULTATI FINANZIARI?

■ I risultati sono la dimostrazione del nostro costante impegno al raggiungimento di riduzioni di costo sostenibili in tutte le nostre attività, alla realizzazione di efficienze operative e alla capacità di investire la

tendenza nei confronti dei contratti a bassa redditività.

POSSIAMO ALLORA CONSIDERARE FINITA LA FASE DI RECESSIONE?

■ I buoni risultati che abbiamo raggiunto sono da ricondurre a una maggiore efficienza in tutte le nostre attività, piuttosto che all'andamento della situazione economica. Siamo estremamente interessati a scoprire cosa ci riserverà il futuro.

QUALI SONO STATI I PRODOTTI, CANALI, MERCATI CHE HANNO MOSTRATO PER PRIMI SEGNALE DI RIPRESA?

■ Nel corso del 2010 abbiamo assistito a un incremento generale dei volumi del 'freight management' in vari settori, in particolare automotive, technology e dei prodotti consumer. Io esiterei a considerare questi elementi come segnali di ripresa, ma di fatto sono indicatori di un miglioramento.

QUALI AZIONI SONO STATE CONDOTTE AL VOSTRO INTERNO PER AUMENTARE LA REDDITIVITÀ DEI SERVIZI NEL 'FREIGHT MANAGEMENT' E NEL 'CONTRACT LOGISTICS'?

■ Riduzione della capacità di carico e compressione dei prezzi nel 'freight management' sono fatti ormai noti e i pro-

“I buoni risultati raggiunti sono dovuti più all'efficienza delle nostre attività che all'andamento dell'economia”

PRINCIPALI DATI FINANZIARI TASSI DI CAMBIO CORRENTI

Ceva mondo	Terzo trimestre 2010	Terzo trimestre 2009	Crescita
Fatturato (miliardi di euro)	1,82	1,37	32%
EBITDA (milioni di euro) al lordo di voci specifiche ¹	86	68	26%

Nota ¹: EBITDA non comprende l'effetto di voci specifiche che consistono in voci straordinarie significative come i costi di ristrutturazione e integrazione nonché alcune spese legali.

gressi realizzati durante l'anno ci hanno permesso di raggiungere miglioramenti, che hanno portato ai recenti risultati. Abbiamo operato in diverse aree: ad esempio, gli accordi 'spazio bloccato e garantito' (vuoto per pieno) con i carrier, facendo leva sul fattore scala nell'ambito aereo e navale e migliorando i sistemi e i processi all'interno del nostro network di 'freight management'. Nel corso del trimestre abbiamo compiuto progressi per alcuni importanti progetti di trasformazione che sosterranno il nostro sviluppo a medio e lungo termine.

SI POSSONO FARE DEI DISTINGUO IN TERMINI DI RISULTATI OPERATIVI E FINANZIARI NELLE VARIE AREE IN CUI OPERATE?

■ Abbiamo riscontrato solide performance per questo terzo trimestre in tutte le aree geografiche e siglato contratti in tutte le quattro Regioni mondiali nelle quali operiamo, per cui non farei distinzioni significative tra Europa e resto del mondo.

NEI PRIMI MESI DEL 2010 AVETE ACQUISITO NUOVI CLIENTI E IN QUALI SETTORI ?

■ I ricavi nel terzo trimestre del 2010 so-

no stati trainati dalla crescita dei settori 'consumer' e 'retail' e da un continuo miglioramento nel mercato automotive. Tra i nuovi contratti vinti ci sono Wales & West Utilities nel Regno Unito, Daikin in Spagna, Rui Star in Sud Africa, Honda in Italia e Koctas in Turchia.

"L'Italia è uno dei Paesi in cui vogliamo continuare a investire, come già è accaduto nel 2010"

■ L'Italia è certamente uno dei Paesi in cui vogliamo continuare a investire, come del resto abbiamo fatto nel 2010. Abbiamo presentato la 'Control Tower' di Assago (nella zona sud di Milano), un hub in-

formativo innovativo e integrato, in grado di fornire un valore aggiunto significativo per i nostri clienti. Nel mese di luglio abbiamo completato l'acquisizione di Dimaf, azienda specializzata nella gestione della supply chain del settore farmaceutico (un esempio di come stiamo apprendendo nuove competenze attraverso acquisizioni piccole, mirate e soprattutto strategiche). Nel mese di ottobre abbiamo inoltre inaugurato la "Città del Libro", ovvero il più grande hub europeo multi-cliente interamente dedicato al settore dell'editoria. Per alcuni nuovi clienti abbiamo anche investito su hardware e software IT, oltre che su infrastrutture e attrezzature per lo stoccaggio. In un'ottica più generale continueremo quindi a investire sulle nostre risorse e sullo sviluppo di soluzioni d'eccellenza per la supply chain. ■

AVETE IN PROGRAMMA INVESTIMENTI DA EFFETTUARE NEI PROSSIMI MESI NEL NOSTRO PAESE ?

■ L'Italia è certa-



TERZIARIZZAZIONE? MEGLIO RIPENSARLA

Le sfide di una logistica che si sta riorganizzando dopo la crisi mondiale passano per una riconfigurazione delle supply chain.

di **Claudia Colicchia e Alessandro Creazza**

C-log Centro di Ricerca sulla Logistica

Lo scenario economico attuale è in continua evoluzione, presentando molti aspetti che chiamano i supply chain manager a scelte di vitale importanza. Come le aziende affrontano le sfide di una logistica che si sta riorganizzando dopo la recente crisi mondiale? Una possibile risposta potrebbe essere quella di *“Ripensare all’outsourcing logistico per rilanciare la competitività”*. È stato questo il tema di un recente convegno, organizzato dal C-log (il Centro di Ricerca sulla Logistica dell’Università Carlo Cattaneo – Liuc) in collaborazione con Bartolini, svoltosi presso l’ateneo di Castellanza. A partire dalle nuove opportunità per l’outsourcing logistico in Italia presentate dal professor Fabrizio Dallari, direttore del Clog, a valle di un intervento introduttivo da parte del professor Carlo Noè, durante l’evento una serie di primarie aziende si sono confrontate e hanno discusso come l’outsourcing logistico si riveli uno strumento di essenziale importanza in grado di riconfigurare le *supply chain* per adattarsi alle più diverse esigenze di business.

Per il successo dell’outsourcing, i testimoni aziendali hanno concordato sul riconoscimento della necessità di stabilire una partnership duratura con un operatore logistico evoluto, insieme al

quale analizzare in dettaglio i processi e definire i necessari indici di prestazione.

In quest’ambito, il ruolo del supply chain manager si modifica, diventando ancora più decisivo, al contrario di quanto verrebbe spontaneo pensare. Tale figura rimane infatti l’unico “process owner” in azienda e rappresenta l’uomo chia-

ve in grado di gestire i rapporti con il partner logistico e di guidare il continuo miglioramento dei processi.

Sono le dinamiche interne ed esterne della supply chain ad aver cambiato il comune scenario di riferimento nell’ambito del quale le aziende si avvicinano alla terziarizzazione dei servizi logistici. Una sempre maggiore richiesta di flessibilità, abbinata alla continua riduzione dei costi, ma al contempo una forte attenzione ai requisiti qualitativi dei servizi, hanno definito un nuovo ruolo del logistics manager alla guida di un ineluttabile cambio culturale all’interno dei confini aziendali. Tutto ciò, secondo la visione di Walter Falavigna di Goodyear Dunlop, si concretizza nella realizzazione di contratti di *“full outsourcing”* con i fornitori di servizi logistici, attraverso la definizione standard

Fotolia.com



dei processi e dei relativi KPI - key performance indicator. Le aziende clienti sono chiamate ad assumere un approccio proattivo nella progettazione dei processi e nella condivisione delle informazioni con i fornitori di servizi, i quali a loro volta devono essere in grado di avere maggiori livelli di specializzazione e una forte propensione all'imprenditorialità per proporre al mercato servizi su misura.

Il punto di partenza di ogni progetto di terziarizzazione è rappresentato dallo studio delle attività e dei processi aziendali, allo scopo di individuare ciò che costituisce il "core" dell'azienda, su cui si fonda il vantaggio competitivo, rispetto al "non-core", ovvero attività che possono essere esternalizzate. Nel caso di Whirlpool, secondo Alessandro Piatti, il "non-core" consiste nelle attività di *transportation & warehousing*. Da sempre l'azienda ha affidato a fornitori terzi tali servizi, definendosi un vero e proprio pioniere dell'outsourcing. Ma cosa è cambiato rispetto al passato? Esigenze di miglioramento continuo e di costante incremento di efficienza e qualità dei servizi hanno spinto Whirlpool a rivolgersi ai 4PL, ovvero l'evoluzione dei tradizionali fornitori di servizi di logistica integrata (3PL). Nell'ambito di un progetto pilota, l'azienda ne sta valutando l'efficienza per la gestione del flusso inbound di componenti. Attraverso partnership consolidate, Whirlpool mantiene la responsabilità dei contratti e

delle tariffe di trasporto, definendo una serie di target (*service level agreement*, SLA) e conferisce ai 4PL la gestione delle attività di trasporto e magazzinaggio. Essi, a loro volta, sono chiamati a coordinare attraverso una control tower una rete di tradizionali fornitori di servizi di logistica, al fine di garantire a Whirlpool elevati livelli di flessibilità, qualità ed efficienza dei processi.

L'esternalizzazione dei processi può essere l'occasione per rivedere il dimensionamento di un sistema ed effettuare interventi di razionalizzazione. È il caso di La Rinascente, la famosa azienda commerciale che ha studiato l'ipotesi di centralizzare la propria logistica presso un unico deposito, eliminando un livello intermedio di stoccaggio nel canale distributivo. In particolare, nel deposito centrale, affidato a un operatore terzo, l'azienda riceve e stocka i prodotti provenienti sia dai fornitori nazionali, sia dai fornitori esteri, per poi ridistribuire la merce direttamente alle varie filiali sul territorio nazionale per mezzo anche di veicoli in grado di transitare nelle zone a traffico limitato. Un'esperienza positiva che ha richiesto tuttavia un'approfondita pianificazione per poterla implementare: idee chiare sin dall'ini-

zio e un'attenta gestione dei fornitori con la definizione di indicatori chiave di performance sono elementi cardine per la buona riuscita del progetto, secondo Luca Brandellero.

La scelta di esternalizzare alcune attività aziendali è sovente accompagnata da una serie di considerazioni che vanno al di là della semplice valutazione di convenienza economica. Il caso Alessi, secondo Carlo Ricchetti, ne è un classico esempio. Nel 1992 l'azienda, a fronte di un processo di notevole espansione, necessitava di ulteriori spazi per i reparti produttivi. Per risolvere tale problema, si era pensato di

terziarizzare il magazzino, localizzato presso lo stabilimento di Crusinallo, liberando gli spazi necessari. Nonostante la convenienza economica dell'operazione, il presidente preferì mantenere le attività in-house e investì in un nuovo magazzino situato a 1 km di distanza dallo stabilimento produttivo. A fronte di una nuova necessità di espansione, nel 2007 Alessi valutò nuovamente la possibilità di esternalizzare la logistica, ma ancora una volta l'azienda non seguì questa direzione. Quali furono le considerazioni che portarono a tale scelta? Un elevato servizio in termini di rapidità e affidabilità delle consegne, su cui si fonda l'attuale vantaggio competitivo di Alessi, problematiche di valore residuo dell'immobile da dismettere ed ele->

Dinamiche interne ed esterne alle supply chain hanno modificato lo scenario di riferimento per la terziarizzazione



BORSINO Immobiliare
della **LOGISTICA**

powered by
World Capital
www.worldcapital.it

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

www.borsinoimmobiliarelogistica.it



menti di responsabilità sociale furono alla base della strategia di insourcing.

Nel suo processo di espansione nel mercato italiano, Exide Technologies, azienda leader nella produzione di batterie per autoveicoli, ha dovuto affrontare una serie di problematiche legate a un prodotto complesso dal punto di vista logistico (necessità di controllo continuo dei valori di tensione della batteria e di una particolare finitura per consentire il trasporto come merce non pericolosa). Inoltre, la compresenza di ordini di grande dimensione e a bassa frequenza e ordini di piccola dimensione e a elevata frequenza hanno spinto Exide, secondo Massimo D’Ettorre, ad esternalizzare la logistica. A tal fine, l’azienda è ricorsa a una nuova rete distributiva, nella quale sono stati mantenuti i due depositi centrali della rete originaria ed eliminati quelli periferici. Utilizzando un software evoluto di gestione della supply chain, introducendo la consegna tramite corriere per quantità ridot-

te di merce e posizionando la filiale di partenza delle spedizioni in corrispondenza dei punti di stoccaggio, è stato possibile ridurre le scorte del 20% e abbattere i tempi medi di consegna dai depositi centrali da 7 ad appena 1,7 giorni.

SCA Hygiene è un’azienda leader nella produzione di prodotti di assorbenza per la cura della persona. L’azienda serve due canali, istituzioni (case di riposo, ospedali e clienti domiciliari) e farmacie, che richiedono un servizio di eccellenza, capillarità e tempi di consegna estremamente ristretti. Al fine di soddisfare tali requisiti, per un’azienda manifatturiera l’outsourcing è una scelta obbligata, necessaria per essere competitivi sui costi logistici garantendo al contempo elevata flessi-

bilità. Un partner logistico forte è in grado di garantire la professionalità e la struttura logistica necessarie per reagire alle richieste di mercato, in continua evoluzione, con rapidità ed efficienza. L’azienda sta rivedendo la struttura della propria supply chain per entrambi i canali. L’obiettivo finale è quello di servire l’intero territorio italiano appoggiandosi a un partner logistico, attraverso un magazzino centrale e una serie di transit point. I fattori chiave per il successo di una partnership logistica sono rappresentati, secondo Tiziana Pizzocaro, da un approfondito accordo sui servizi erogati e sui relativi costi, un efficace controllo degli aspetti operativi anche mediante la definizione di adeguati indicatori di prestazione.

Bartolini risponde alle sfide di un moderno approccio alla terziarizzazione della logistica proponendosi come un unico partner in grado di soddisfare ogni esigenza distributiva e logistica. Con una rete costituita da 10 depositi di logistica e 160 filiali per il servizio di corriere espresso (per un totale di oltre 300.000 mq), garantisce un’elevata copertura del territorio italiano. È presente inoltre in 25 Paesi in Europa con 1.100 terminal e offre soluzioni per spedizioni monocollo e spedizioni senza limiti di peso, con tempi di resa inferiori a 4 giorni. È in grado di servire via aerea oltre 200 Paesi nel mondo con servizi door-to-door, tramite una partnership con FedEx. Fernando Delogu ha spiegato che gli obiettivi che guidano Bartolini nella value proposition

verso i clienti sono rappresentati da elevata qualità dei servizi, capillarità della rete distributiva, affidabilità dei processi e delle consegne. ■

Un partner logistico forte può garantire professionalità e strutture per far fronte alle richieste del mercato

Immagina il tuo futuro, noi lo progettiamo e lo costruiamo.



Graphika Creation > Pille Communication - www.graphika.fr

GSE, da più di 30 anni la risposta globale ai vostri progetti immobiliari.

In un mercato caratterizzato dalla forte competitività e compressione dei costi, l'innovazione tecnica e la rapidità di esecuzione costituiscono i pilastri della risposta di GSE Group al mondo della Logistica immobiliare, dell'Industria e degli Uffici. GSE Group offre oggi in qualità di *General Contractor* un servizio globale che include:

- Gestione a 360° dei progetti nelle fasi di Studio e Costruzione,
- Ricerca del terreno e/o del finanziatore,
- Coordinamento urbanistico, amministrativo, finanziario, legale,
- *Value engineering* e *Cost management*,
- Integrazione progettuale del Processo industriale,
- Impegno contrattuale su prezzo, tempi di consegna e performance dell'immobile,
- Polizze globali sull'intera opera eseguita,
- Assistenza post-vendita.

Più di 14 milioni di m2 di immobili costruiti - Oggi in 19 paesi tra cui Romania, Polonia, Marocco, Cina.



GENERAL CONTRACTOR

WWW.GSEGROUP.COM

"SIAMO RIPARTITI DALLE FONDAMENTA"

Di qui la scelta di Dispensa Logistics di sviluppare l'infrastruttura tecnica in logica di Business Continuity e Disaster Recovery.

di Ornella Giola



GIUSEPPE SIMONAZZI

Nella rappresentazione grafica del "modello Dispensa" riprodotto nella presentazione istituzionale di Dispensa Logistics, importante player della logistica del freddo italiana, risulta immediatamente evidente quanto l'ICT sia fondamentale per il 3PL, dal momento che costituisce il "basamento" dell'intero edificio su cui poggia il resto dell'attività, delle funzioni e delle relazioni dell'operatore. A dirigere la divisione Information and Communication Technology è Giuseppe Simonazzi, da due anni in Dispensa Logistics e con precedenti esperienze professionali, tra cui un lungo periodo presso un importante gruppo della grande distribuzione organizzata, dove ha ricoperto vari ruoli, occupandosi però sempre di logistica. "In Di-

spensa partiamo dal presupposto che i sistemi informativi sono strategici per lo sviluppo e il mantenimento dell'azienda", esordisce Simonazzi.

CHE SITUAZIONE HA TROVATO AL SUO ARRIVO DUE ANNI OR SONO?

■ Due anni fa arrivavo in un'azienda caratterizzata da una forte crescita a cui in seguito si è aggiunto un importante cambiamento manageriale. La situazione dell'ICT era tale per cui nel tempo Dispensa Logistics aveva dovuto rispondere con velocità alle varie esigenze dei clienti (interni ed esterni) e si erano così improntati sistemi che dovevano rispondere al "day by day". Preso atto di questa situazione, ho indirizzato le atti-

"Partiamo dal presupposto che i sistemi informativi sono strategici per lo sviluppo e il mantenimento dell'azienda"

viù e gli investimenti per la costruzione di un'infrastruttura stabile e aperta verso il futuro. Con l'esperienza acquisita e i risultati raggiunti nel mondo del Disaster Recovery e della Business Continuity, confermiamo la scelta vincente per garantire un servizio di continuità verso i clienti. Clienti che sono collegati ai nostri sistemi in "real time", ovvero, i nostri sistemi sono considerati come un'estensione dei loro. La garanzia di continuità sui processi, indipendentemente dai

fattori di rischio, è un elemento strategico coerente con la nostra mission: essere lo specialista dell'outsourcing della supply chain, il partner ideale per i produttori alimentari e i retailer che intendono rafforzare la potenza del proprio business. Senza la nostra soluzione, proviamo ad immaginare cosa vorrebbe dire per i nostri clienti avere un disservizio su una linea dati, o peggio su un server? Si può tranquillamente arrivare a un fermo sul processo di evasione degli ordini, con conseguenze economiche che vanno dal ritardo della consegna, fino all'annullamento della stessa. Con problematiche di gestione dei resi, shelf life non garantite e soprattutto della faticida "mancata vendita" a vantaggio dei concorrenti.

E SUL FRONTE ESTERNO?

■ In una realtà fortemente dinamica come è la nostra, non si può prescindere dalla reperibilità delle informazioni in modo chiaro e univoco. Con la Business Intelligence e il CRM abbiamo trovato il giusto equilibrio.

QUALE È STATA LA RISPOSTA DELL'AZIENDA AL SUO BISOGNO DI FARE - DICIAMO COSÌ - UNA SORTA DI ORDINE E RIPARTIRE DALLE BASI NELLA SUA DIVISIONE?

■ Il management aziendale ha compreso e assecondato le mie esigenze, dandomi pienamente fiducia. Una fiducia costantemente rinnovata in quanto nell'ICT, in particolare, occorre "stare sul pezzo" e

l'aggiornamento è indispensabile per essere "pronti" anche a quello che il mercato potrebbe poter richiedere.

CIÒ SIGNIFICA CHE SIETE PRONTI ANCHE AD ADOTTARE SOLUZIONI PIUTTOSTO INNOVATIVE, COME PER ESEMPIO L'RFID O LA FATTURAZIONE ELETTRONICA?

■ Guardare avanti è sempre necessario anche per gestire in modo adeguato il cliente e le sue esigenze, puntando a essere sempre più veloci ed efficaci. Per quanto concerne l'RFid stiamo approntando un progetto pilota con un nostro cliente, anche perché abbiamo deciso di approcciare questa tecnologia, che - visto anche i suoi costi e le sue funzioni - è applicabile parzialmente nel settore di nostra specializzazione. Quanto alla fatturazione elettronica sarà uno dei nostri prossimi traguardi. L'atteggiamento di fondo è comunque quello di essere pronti a cogliere le sfide del mercato.

IL MODELLO DISPENSA



A CHE PUNTO È IL SUO LAVORO DI "RIBASAMENTO" DELL'ICT AZIENDALE?

■ L'integrazione dei sistemi deve essere altissima anche in una realtà aziendale come la nostra. Adesso viviamo ancora un po' della storia di Dispensa. Il lavoro da fare per far sì che i sistemi siano snelli e intercambiabili non è del tutto concluso, anche se sono soddisfatto dei risultati ottenuti.

COME SI PONE LA SUA DIVISIONE RISPETTO ALLE ALTRE PRESENTI IN DISPENSA?

■ Vorrei precisare che "altre" è un concetto che non esiste nella nostra azienda. Il gruppo è totalmente coeso e il lavoro è sempre un lavoro di équipe: i problemi, se ci sono, vanno risolti coinvolgendo ciascun manager o ciascuna divisione in base alle loro competenze. ■



Trasportiamo il futuro dell'ambiente.

Green Logistics. Il trasporto combinato risparmia energia, riduce le emissioni ed alleggerisce il traffico su strada. Ogni giorno trasportiamo migliaia di spedizioni attraverso tutta l'Europa - in modo affidabile, efficiente e competitivo. Viaggiate con noi.

www.hupac.ch

HUPAC
moving together

MA QUALE FUTURO ATTENDE I PORTI?

Alla domanda ha tentato di rispondere la seconda edizione dell'evento ligure, durante la quale si è pure discusso di sviluppo del sistema portuale nazionale in relazione al Mediterraneo e di sostenibilità.

di **Maddalena Tufarulo**

Sei convegni divisi in molteplici sessioni tematiche, 130 relatori, più di mille partecipanti: questi i numeri che hanno caratterizzato la seconda edizione di Port & Shipping Tech, il forum internazionale sull'innovazione tecnologica per lo sviluppo competitivo e sostenibile del sistema logistico-portuale e dello shipping. L'iniziativa, promossa e organizzata da ClickUtility, si è svolta di recente a Genova, all'interno del Palazzo Ducale.

Al centro dell'attenzione due temi di attualità: lo sviluppo del sistema portuale italiano attraverso alleanze con i porti del Mediterraneo del Sud e i "green ports", ovvero progetti per l'autoproduzione di energia alternativa e l'efficienza energetica. Per quanto riguarda il primo, sono state delineate le tendenze di sviluppo dei traffici mediterranei e del ruolo che il "mare nostrum" giocherà in futuro, in particolare sulle direttrici nord-sud, fra Europa e Paesi emergenti africani. Non è tutto. Con la ripresa dei traffici containerizzati sulla tratta est - ovest si aprono nuovi scenari, specialmente in vista della prossima apertura del canale di Panama e delle

nuove relazioni fra i Paesi del BRIC (Brasile, Russia, India, Cina). A tracciare un quadro d'insieme sui progetti di sviluppo

Significativa potrebbe essere l'esperienza dei "green ports" con progetti di autoproduzione di energia alternativa

delle infrastrutture portuali dei principali scali nazionali, Francesco Nerli, presidente di Assoporti, che ha sottolineato quanto siano prioritari gli investimenti diretti a consolidare i porti dell'arco Adriatico, da Ravenna a Trieste, dell'arco dell'alto Tirreno, da Livorno a Savona, e l'asse Napoli - Bari per i traffici diretti verso l'Europa orientale. Nel corso del suo intervento, Nerli ha messo in luce l'importanza di attuare una strategia d'insieme, una politica modale e intermodale, che garantisca collaborazione tra il sistema stradale, ferroviario e portuale. *"L'Italia sulle infrastrutture è ferma e lo sviluppo deve ripartire proprio da qui, ma ci vogliono idee chiare"* ha detto Nerli.

Della stessa opinione, Ennio Cascetta, docente dell'Università degli Studi di Napoli e tra i maggiori esperti di logistica nazionale. Ha, infatti, ribadito la necessità di un disegno

strategico, che metta in collegamento i porti con le infrastrutture logistiche retro portuali in un'ottica di rete nazionale dei trasporti, collegata con le grandi direttrici europee. Tra i diversi interventi succedutisi nel corso del dibattito, quello di Anouar Khélifa, direttore tecnico dell'Autorità che presiede il sistema portuale della Tunisia. A lui il compito di presentare i progetti di sviluppo dei sette porti tunisini, che hanno visto crescere esponenzialmente i loro movimenti e che vedono l'Italia quale principale partner economico della Tunisia. Infatti, il 30% dei traffici in container e



GIÀ SI PENSA AL 2011

Port & Shipping Tech raddoppia. Infatti, a novembre 2011, in concomitanza con la terza edizione del forum, si svolgerà "Green City Energy On the SEA". La combinazione dei due appuntamenti contribuirà allo sviluppo di una nuova visione di città promossa dall'Unione Europea, la "smart city", basata sull'abbattimento delle emissioni e sullo sviluppo delle tecnologie pulite e intelligenti. Infatti, come ha dichiarato l'organizzatore della manifestazione, Carlo Silva, la partnership tra le due manifestazioni nasce da un obiettivo comune: avviare un confronto internazionale sulle esperienze più significative di città ecosostenibili, con particolare attenzione a quelle caratterizzate da attività marittime e portuali. E non è un caso che Genova si presti a essere location ideale per lo sviluppo di tali tematiche, oltre che "capitale" dell'innovazione tecnologica per lo sviluppo del sistema logistico nazionale.

il 32% di quelli RoRo sono proprio con i porti italiani. Del resto, come ha confermato anche Luigi Merlo, presidente Autorità Portuale di Genova, l'importanza degli scambi con i porti dell'area sud del Mediterraneo è fondamentale. A testimoniare sono i rapporti di collaborazione e i protocolli d'intesa firmati con alcuni Paesi che scelgono l'Italia come ponte per le relazioni con l'Europa.

Secondo tema portante di Port & Shipping Tech quello riservato ai porti verdi. In primo piano, la presentazione in anteprima nazionale del nuovo Piano energetico ambientale portuale del porto di Genova (Peap), realizzato da Autorità Portuale di Genova, Provincia di Genova e Fondazione Muvita. Obiettivo del Peap è progettare un percorso di riduzione dei consumi di energia e valorizzazione delle opportunità di pro-

duzione energetica da fonti rinnovabili, ma anche sensibilizzare gli operatori dell'area portuale sui benefici indotti da una gestione intelligente dell'energia. Il piano individua in circa 60 milioni di euro il costo degli progetti realizzabili a breve per quanto riguarda impianti solari, fotovoltaici, eolici e per l'elettificazione delle

banchine, con un beneficio conseguente in termini di riduzione delle emissioni di CO₂, pari a circa 20.000 tonnellate. Per questo, il piano rappresenta un'importante occasione di crescita per il porto di Genova. Già dal 2011 saranno avviati alcuni degli interventi programmati, a partire da quelli più innovativi, come l'elettificazione delle banchine nella zona delle riparazioni navali. Inoltre, presso il Genoa Port Center sarà attivato uno specifico sportello, oltre che uno spazio multimediale e fisico, per fornire informazioni sul Peap e raccontarne le evoluzioni. È evidente come nel piano energetico possano combinarsi insieme i due filoni per i quali la Provincia di Genova si sta battendo: uno dedicato allo sviluppo delle energie "intelligenti", vale a dire efficienza energetica e produzione da fonti rinnovabili, l'altro riservato alla valorizzazione delle attività legate specialmente al porto e al mare. In tal modo, la Provincia vuole favorire sia uno sviluppo sostenibile, a partire dalle attività peculiari del territorio, sia cementare sempre più il binomio porto - città in una sorta di sinergia, la quale dovrebbe essere in grado di alimentare tecnologie, sviluppo e turismo. ■

Presentato in anteprima nazionale il Piano energetico ambientale portuale del porto di Genova



È ACCADUTO A... EVENTI

a cura di **Giovanni Cristaldi**

...LAZISE (VERONA)

15° GLOBAL LOGISTICS **300 partecipanti e 2.150 incontri nella due giorni**

La quindicesima edizione di Global Logistics, l'executive summit su logistica e supply chain di Global Corporate (società specializzata nell'ideazione e organizzazione di eventi business), si è svolta al centro congressi hotel Parchi del Garda di Lazise (Verona) il 24 e 25 novembre 2010. Ha avuto ancora un buon successo. Ciò che lo rende utile, innovativo e vantaggioso è la presenza di società espositrici/sponsor che coprono tutte le aree della logistica e della supply chain e l'alternanza tra incontri conoscitivi one-to-one pre-organizzati e mirati, conferenze di approfondimento e aggiornamento professionale e momenti di networking. Il Global Logistics si è rivelato un exposummit al top decisionale perché, oltre agli incontri one-to-one, ogni espositore ha avuto la possibilità di incontrare almeno altri 20 delegati durante i pranzi e i cocktail, per un totale di 2.150 incontri pianificati e 28 incontri one-to-one in media a società sponsor. I visitatori appartengono a importanti aziende sia in termini di fatturato che di numero di dipendenti. Provengono infatti per la maggior parte da grandi e medie aziende e alcuni da società di fatturati più ridotti che stanno però investendo molto nella supply chain. La quindicesima edizione ha visto inoltre una forte presenza di aziende operanti nei settori alimentare, moda, fashion e grande distribuzione. Su 300 partecipanti che hanno voluto conoscere i servizi offerti dalle società espositrici, varie sono state le specializzazioni dei delegati, in particolare software per la supply chain, movimentazione interna ed esterna e imballaggio inteso come macchinari e impianti; vi è stata una maggiore presenza, dal

punto di vista geografico, dal nord ovest e dal nord est. Sia i visitatori che gli espositori hanno potuto assistere a ben 28 conferenze tematiche e una tavola rotonda dal titolo "Outsourcing vs insourcing: facciamo il punto".

...ROMA

ITALY AIRSPACE EXPO, LO "START UP" **Bene l'affluenza di pubblico professionale ed esperti**

Circa 4 mila visitatori professionali hanno preso parte alla prima edizione del Salone internazionale sul mondo dell'aviazione, degli aeroporti, della difesa e dello spazio che si è svolto alla fiera di Roma dal 30 novembre al 2 dicembre. "Il 65% degli espositori intervistati ha espresso parere positivo sulla manifestazione unica nel suo genere, - dichiara Gian Paolo Pinton amministratore delegato di Trascomexpo, organizzatore dell'evento - E' stato importante aver realizzato la prima edizione proprio in Italia, mentre la città di Roma si candida a essere la location più indicata per le successive edizioni. Per il futuro punteremo a qualificare l'evento fieristico con un'interrelazione aeroportuale, dove contiamo di arrivare a esporre i velivoli e toccare con mano i prodotti e le tecnologie del nostro made in Italy, che sono all'avanguardia nel mondo". Soddisfatto anche il presidente della Fiera di Roma, Roberto Bosi che afferma: "questa prima edizione di IAE conferma che al settore mancava un evento professionale dedicato e che quello della Fiera di Roma ha tutte le potenzialità per diventare l'appuntamento qualificato che gli operatori aspettavano." Altro punto di forza di questa prima edizione è stata l'alto livello dei convegni a cui hanno preso parte esperti della materia, anche a livello internazionale.



...ASSAGO (MILANO)

QUID 2010 PIUTTOSTO STABILE **Con 2.315 visitatori nazionali e internazionali**

Il 17 e 18 novembre ha aperto le porte l'esposizione QUID, appuntamento annuale per il technology sourcing da parte di utilizzatori, integratori di sistema e distributori della community e la più grande esposizione italiana dedicata alle tecnologie e ai sistemi di identificazione automatica. Hanno partecipato a QUID 41 espositori nella sola hall dedicata al mercato italiano, vedendo organizzato il più elevato numero di partner meeting a porte chiuse durante la giornata indirizza-

ta al canale. L'evento ha registrato un afflusso stabile, con 2.315 visitatori nazionali e internazionali per la quarta edizione di QUID e il nono ID WORLD International Congress, l'appuntamento annuale in Italia che attira il più grande pubblico internazionale interessato ai temi dell'ICT e dell'innovazione in ambito pubblico e privato. Tra le 41 aziende presenti nella hall di QUID con uno stand c'erano Bit4ID, CartaSi, Cassis, Cattid, Centro Studi Mobilità, CNRFID, Computer Gross, Consorzio T3Lab, CTS, Datalogic Mobile, Datalogic Scanning, El-sag Datamat, Epipoli, Ermes, Etik Ouest, Getac, Ghirlanda, ID Community Publications, Hi Pro Solutions, ID Tech Alliance,



ingenerico, Intermecc, IPN, Keys Systems, LXE, Newlog, Pragmatik, Quercia Software, Sait, Seltris, Tenenga, Verifone, Widetag e Zebra. QUID Innovation Italy ha messo in luce le potenzialità attuali delle tecnologie di sicurezza e tracciabilità, focalizzando l'attenzione sul ruolo cardinale dell'identificazione automatica di persone e cose nell'ambito dell'innovazione guidata dall'ICT.

...DESENZANO DEL GARDA (VERONA)

PRIMO E-LOGISTICS MEETING Una vetrina per Transporeon

Nella cornice del lago di Garda, si è svolto lo scorso 11 novembre il primo E-Logistics Meeting organizzato da Transporeon e patrocinato dall'Università di Pisa, dedicato a manager di aziende produttrici ed esperti del settore. L'evento, che si è svolto presso l'hotel Villa Rosa di Desenzano del Garda, è stato l'occasione per confrontarsi su diversi temi e conoscere caratteristiche ed efficienza della piattaforma logistica di Transporeon. Al meeting sono intervenuti Gabriele Bortolotto, direttore logistica di AFV Beltrame, Cristiano Bellini, logistic manager di Campari e Ivo Mazzurana, responsabile logistica e acquisti di Cartiere del Garda. I relatori hanno illustrato - attraverso la loro esperienza - i benefici e i successi ottenuti grazie all'implementazione dei sistemi Transporeon. In particolare, Acciaierie



Beltrame ha sottolineato la riduzione dei costi di trasporto dal 5 al 10% nelle tratte nazionali e internazionali, la diminuzione dei chilometri a vuoto e dei viaggi ex works. Campari, oltre a un vantaggio in termini di costi di trasporto, ha rilevato maggiore coordinazione tra logistica di sede, vettori e magazzini e una minimizzazione dei tempi di attesa al carico. Infine, Cartiere del Garda ha evidenziato la diminuzione del 13% dei chilometri a vuoto e del 15% dei costi di trasporto, oltre a una maggiore trasparenza con le aziende di trasporto.

...ROMENTINO (NOVARA)

SIGLATO ACCORDO TRA PROLOGIS E HITACHI TRANSPORT SYSTEM Riservata una struttura di 8.240 mq

ProLogis ha sottoscritto un importante accordo della durata di 6 anni con Hitachi Transport System, azienda parte del gruppo Hitachi specializzata nell'offrire una vasta gamma di servizi per la distribuzione in Europa orientale e continentale e anche collegamenti diretti per le spedizioni da e verso Asia e Giappone, dove Hitachi Transport System è il primo operatore logistico nazionale. Dopo l'avvio in Italia nel maggio 2006, l'azienda, grazie alla forte crescita, ha scelto di prendere in affitto un nuovo spazio logistico e diventare un vero e proprio 3PL indipendente. La filiale italiana del colosso immobiliare americano ha allocato a Hitachi Transport System una struttura per la distribuzione di 8.240 mq circa all'interno del ProLogis Park Romentino, fornendo alla società a responsabilità limitata (con sede principale in Olanda) una struttura moderna per servizi, tecnologie e con anche ampi spazi a disposizione. Il magazzino novarese di ProLogis, di ultima generazione, risponde alle esigenze di sviluppo logistico di Hitachi Transport System, che a Romentino dà lavoro a circa 10 persone, le quali svolgono attività di stoccaggio, manipolazione delle merci e preparazione degli ordini. ■

IL PORTO DI VENEZIA RILANCIAMO IL TRAFFICO CONTAINER SU CHIATTA

Il nuovo spintore Tobia C, dal prossimo febbraio, via fiume raggiungerà - da Venezia a Cremona - il cuore della pianura padana.

di **Federico Paluan**

È in viaggio da Costanza (Romania) a Venezia, Tobia C, il nuovo spintore che consentirà di rilanciare il traffico container su chiatta che dallo scalo veneziano, via fiume, raggiungerà il cuore della pianura padana. Venezia Logistics, braccio operativo dell'Autorità Portuale di Venezia, ha di recente presentato presso la Sala Foyer del terminal veneziano il nuovo mezzo che completa la flotta di imbarcazioni per i collegamenti tra Venezia e il porto di Mantova lungo l'asta del Po. Fluviomar e Venezia Logistics hanno oggi a disposizione cinque chiatte e uno spintore che offre un servizio regolare di trasporto merci via fiume a costi molto competitivi. Tobia C è stato acquistato sul mercato tedesco per circa 900 mila euro e permetterà di attivare da febbraio un servizio di trasporto container bilanciato sulla tratta fluviale Venezia - Mantova, dove la navigabilità è garantita 365 giorni l'anno. Per Venezia significa un mercato che si aggira attorno agli 800 mila container movimentati in più all'anno e che la porterebbero a consolidare la leadership già detenuta nell'Alto Adriatico. Le chiatte hanno una capacità di 60 teu a viaggio senza limiti di peso e rappresentano una valida alternativa al vettore stradale.

Il trasporto fluviale risulta essere infatti altamente sostenibile grazie ai bassi livelli di inquinamento prodotto ma anche alla capacità di integrazione efficiente con le altre modalità.

I bassi costi esterni, i ridotti consumi energetici (17% rispetto al trasporto su strada e 50% rispetto alla ferrovia in km/t di merci trasportate) e le modeste emissioni inquinanti, unite a un alto livello di sicurezza, fanno sì che i costi esterni totali del trasporto fluviale siano sette volte più bassi di quelli su strada. Lo sviluppo di questa nuova modalità di trasporto pone obiettivi importanti in termini di crescita di infrastrutture, potenziamento di quelle esistenti e utilizzo di

“UN INVESTIMENTO CHE APRE TANTE NUOVE PROSPETTIVE”

Sono lieto dei risultati e delle prospettive che si aprono oggi grazie a questo investimento. Abbiamo il dovere di sfruttare gli unici 150 km di fiume navigabile che abbiamo in Italia, una modalità che sembra marginale, ma non lo è se solo si pensa ai risparmi



ottenibili tanto in termini economici che ecologici. Utilizzare l'asta fluviale del Fissero-Tartaro-Canal Bianco significa mettere in valore un'infrastruttura esistente e fare dello scalo mantovano l'inland terminal di Venezia. Mantova rappresenta oggi un anello fondamentale nella catena logistica della pianura padana, essendo il punto di raccolta delle merci venete e lombarde che, attraverso il Po, potranno sfruttare tutti i collegamenti che dal porto

di Venezia raggiungono il resto del mondo. Il servizio può funzionare non solo perché è di fatto competitivo rispetto ad altri sistemi di trasporto ma anche perché - in un'area storicamente votata all'export - ogni viaggio delle chiatte può essere bilanciato. Attraverso il porto di Venezia le aziende possono ricevere e inviare nel mondo tutti i traffici sia container che rinfuse che project cargo (trasporti eccezionali). Lo sviluppo del vettore fluviale si integra, inoltre, con i progetti di sviluppo che stiamo realizzando, in primis il terminal portuale d'altura. Si tratta di infrastrutture portuali che assieme consentiranno di ottimizzare l'intero sistema logistico della Pianura padana". È stato questo il commento di Paolo Costa, presidente dell'Autorità Portuale di Venezia, intervenuto alla cerimonia di inaugurazione di Tobia C.



nuove tecnologie informatiche a servizio della navigazione fluviale. L'obiettivo condiviso tra l'Autorità portuale di Venezia, Fluviomar, Venezia Logistics e i principali player e utilizzatori del servizio è rendere la tratta Venezia-Mantova-Cremona ancora più efficiente ed economica-

mente conveniente per il trasporto delle merci.

L'interesse dimostrato da grandi vettori marittimi, come MSC, il principale player dei trasporti fluviali in Europa, nonché seconda compagnia mondiale per la movimentazione

container, è un primo passo che consentirà di dare nuova vita al trasporto bilanciato di container lungo il Po. Msc utilizza regolarmente servizi di chiatte per il trasporto contenitori soprattutto dai porti di Anversa, Rotterdam e Amburgo, per una vasta area del centro Europa. ■

VAN DER LANDE
INDUSTRIES



↓
L'EFFICIENZA CHE DESIDERI DA UN SISTEMA DI PICKING.

Vanderlande Industries. 60 anni di automazione per la logistica.

www.vanderlande.com



a cura di **Carolina Quaglia**

KUEHNE + NAGEL - LATTE MILANO: CONTRATTO BIENNALE

Latte Milano (appartenente al gruppo Centrale Produttori Latte Lombardia) ha affidato a Kuehne + Nagel la gestione della logistica dello stabilimento di Peschiera Borromeo (in provincia di Milano) e le attività di cross-docking nel deposito satellite di Calvignasco (Milano), per la distribuzione giornaliera dei prodotti freschi nell'area sud ovest del capoluogo lombardo effettuata da Latte Milano. All'interno dell'unità produttiva dello stabilimento di Peschiera Borromeo, il 3PL fornisce servizi relativi alle attività di handling, compresa la gestione del fine linea, stoccaggio e preparazione dei prodotti da distribuire. Lo stabilimento ha al proprio interno una piattaforma di circa 5.000 mq per la gestione di 90.000 tonnellate annue di prodotto. La produzione di latte fresco e UHT avviene all'interno dello stabilimento stesso, mentre altri prodotti freschi, come yogurt, salumi e formaggi arrivano quotidianamente da fornitori esterni. Da questo stabilimento partono ogni giorno circa 60 camioncini per la tentata vendita (gestiti e caricati direttamente da Kuehne + Nagel), mentre altri 46 partono da altri due depositi satelliti, quello di Calvignasco, gestito anch'esso da Kuehne + Nagel e quello di Medolago (Bergamo), gestito direttamente da Latte Milano. La macchina distributiva di quest'ultima copre giornalmente circa 8.500 punti vendita del territorio lombardo. L'obiettivo di Latte Milano è quello di ottimizzare l'intera supply chain attraverso l'implementazione di soluzioni informatiche e strutturali che siano all'avanguardia.

GIAMPAOLO BOTTA NEO-DIRETTORE GENERALE DI SPEDIORTO

Rinnovo al vertice di Spediporto, l'Associazione spedizionieri, corrieri e trasportatori di Genova che con 586 aziende, 12.500 dipendenti e circa 3 miliardi di euro di fatturato, costituisce la più importante realtà associativa territoriale del settore dell'import e dell'export delle merci rappresentando più del 90% delle case di spedizioni marittime, terrestri e aeree della Liguria e oltre il 20% su scala nazionale. Giampaolo Botta è stato infatti nominato suo nuovo direttore generale. Genovese, 39 anni, laurea in giurisprudenza, dopo alcune esperienze nel settore legale, Botta ha fatto il suo ingresso in Spediporto nel 2000 come assistente dell'allora segretario generale Mariano Maresca, che gli affidò la responsabilità delle attività legali e del contenzioso sindacale. Nel 2003 diviene il più giovane segretario generale della storia della Spediporto. A livello na-



zionale, è membro della Consulta dei segretari generali di Confetra, della Commissione arbitrale e di conciliazione di Manageritalia e segretario della sezione marittima di Fedespedi, nonché membro della sezione legale di quest'ultima associazione.

ZARA E' ARRIVATO A QUOTA 5 MILA PUNTI VENDITA

La nota catena di abbigliamento, nella centralissima via del Corso, a Roma, ha recentemente raggiunto un traguardo davvero importante, ovvero quello del punto di vendita numero 5.000 nel mondo. Le inaugurazioni dell'insegna che fa capo alla spagnola Inditex sono state, nel periodo compreso fra gennaio e giugno 2010, ben 173, all'incirca una al giorno e altre 245 sono programmate entro la chiusura del consuntivo 2010.

COLUSSI SCEGLIE LA SOLUZIONE "MES COMPASS" DI PLANNET

Colussi Group, azienda leader nel settore alimentare, ha scelto di adottare la soluzione software "Compass" di Plannet, al fine di implementare il sistema "MES" a supporto del controllo avanzamento e della tracciabilità della produzione. Il gruppo Colussi è leader nella produzione di prodotti a base di cereali (pasta, pasta all'uovo, riso, fette biscottate, crackers, pan bauletto e pan carrè, pasticceria, prodotti tipici italiani e toscani) con un elevato livello qualitativo. Il suo fatturato è attualmente pari a oltre 500 milioni di euro, grazie a una crescita continua e vertiginosa, frutto di investimenti interni e anche di acquisizioni aziendali. Plannet è un partner innovativo per le aziende manifatturiere che desiderano migliorare i processi di supply chain planning & execution. La soluzione software "Compass" di Plannet, realizzata utilizzando tecnologie innovative, garantisce all'utente flessibilità operativa e una notevole rapidità di risposta, caratteristiche essenziali per un'efficace implementazione in azienda e per l'ottenimento dei benefici e dei risultati che sono attesi dal progetto. ■

Tecnica

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

Flessibilità

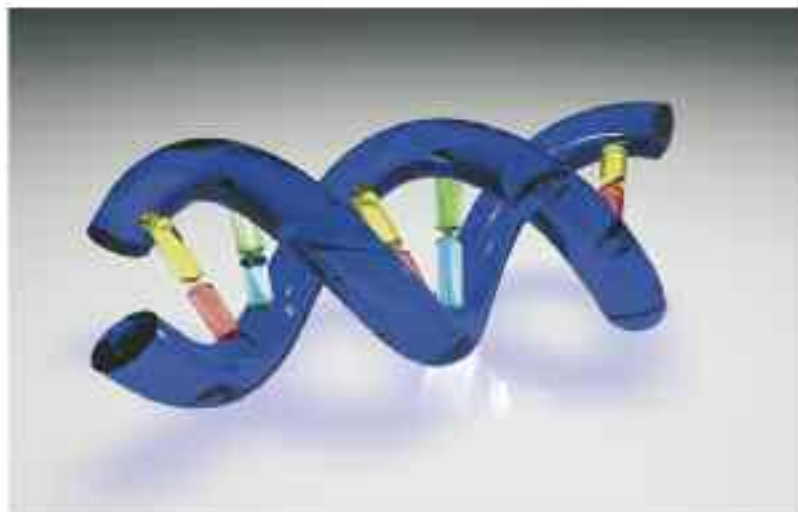
Il forte orientamento al Cliente assicura il continuo miglioramento dei processi e delle performances.

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

V

E D I

M E G L I O

G R A Z I E

A I N O S T R I

N U O V I M O N T A N T I

A G R A N D E V I S I B I L I T A