

N°6 GIUGNO 2011 Euro 5.00

€uromerci

Aut. Trib. Roma n° 487 del 6/11/1993 - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - DCB Milano



Angelo Maino (LINDE MH Italia)

**"IL MERCATO CHIEDE
POLITICHE INDUSTRIALI
CHIARE E TRASPARENTI"**

FASHION, ANCORA SETTORE "CHIAVE"

ESTERO

**La logistica brasiliana
parte alla riscossa**

MONACO

**Transport logistic
in versione "verde"**

MARITTIMO

**Autostrade del mare
sinonimo di prosperità**



Oltre le aspettative

La logistica da un diverso punto di vista

La pressione a essere più efficienti, a ridurre i costi e a eliminare gli sprechi cresce ogni giorno. È per questo che miglioriamo continuamente tutto ciò che facciamo.

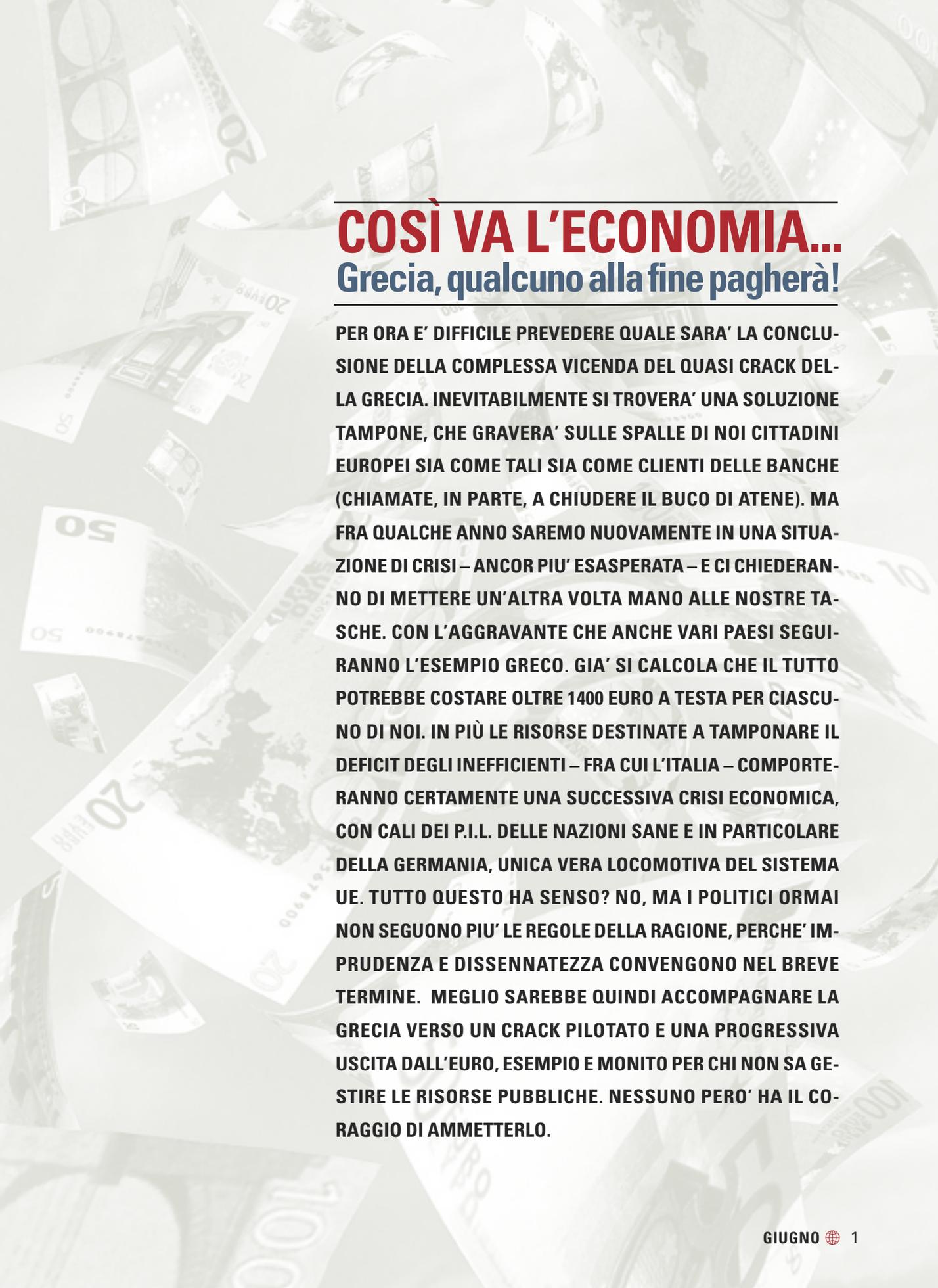
In CEVA, siamo esperti di supply chain e rivediamo e razionalizziamo continuamente i processi, eliminando i difetti, aumentando la produttività e riducendo il consumo di energia. Tutto ciò che impariamo viene replicato nelle nostre attività in tutto il mondo. Il nostro approccio all'«Eccellenza Operativa» è uno dei modi con cui superiamo le aspettative dei Clienti, ogni giorno.

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



COSÌ VA L'ECONOMIA...

Grecia, qualcuno alla fine pagherà!

PER ORA E' DIFFICILE PREVEDERE QUALE SARA' LA CONCLUSIONE DELLA COMPLESSA VICENDA DEL QUASI CRACK DELLA GRECIA. INEVITABILMENTE SI TROVERA' UNA SOLUZIONE TAMPONE, CHE GRAVERA' SULLE SPALLE DI NOI CITTADINI EUROPEI SIA COME TALI SIA COME CLIENTI DELLE BANCHE (CHIAMATE, IN PARTE, A CHIUDERE IL BUCO DI ATENE). MA FRA QUALCHE ANNO SAREMO NUOVAMENTE IN UNA SITUAZIONE DI CRISI - ANCOR PIU' ESASPERATA - E CI CHIEDERANNO DI METTERE UN'ALTRA VOLTA MANO ALLE NOSTRE TASCHE. CON L'AGGRAVANTE CHE ANCHE VARI PAESI SEGUIRANNO L'ESEMPIO GRECO. GIA' SI CALCOLA CHE IL TUTTO POTREBBE COSTARE OLTRE 1400 EURO A TESTA PER CIASCUNO DI NOI. IN PIU' LE RISORSE DESTINATE A TAMPONARE IL DEFICIT DEGLI INEFFICIENTI - FRA CUI L'ITALIA - COMPORTERANNO CERTAMENTE UNA SUCCESSIVA CRISI ECONOMICA, CON CALI DEI P.I.L. DELLE NAZIONI SANE E IN PARTICOLARE DELLA GERMANIA, UNICA VERA LOCOMOTIVA DEL SISTEMA UE. TUTTO QUESTO HA SENSO? NO, MA I POLITICI ORMAI NON SEGUONO PIU' LE REGOLE DELLA RAGIONE, PERCHE' IMPRUDENZA E DISSENNATEZZA CONVENGONO NEL BREVE TERMINE. MEGLIO SAREBBE QUINDI ACCOMPAGNARE LA GRECIA VERSO UN CRACK PILOTATO E UNA PROGRESSIVA USCITA DALL'EURO, ESEMPIO E MONITO PER CHI NON SA GESTIRE LE RISORSE PUBBLICHE. NESSUNO PERO' HA IL CORAGGIO DI AMMETTERLO.



Assologistica

EUROMERCI



Cultura e Formazione

Assologistica

organizzano:

7a Edizione del Premio *Il* Logistico dell'Anno

**SONO APERTE LE CANDIDATURE PER L'ISCRIZIONE
AL 7° PREMIO "IL LOGISTICO DELL'ANNO"**

L'edizione 2011 prevede riconoscimenti a società e manager logistici che hanno effettuato innovazione in ambito:

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

Il testo di presentazione della candidatura andrà spedito entro e non oltre il **30 giugno 2011**

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

via mail a ogiola@euromerci.it

oppure

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

La premiazione avverrà il 2 dicembre 2011 presso Palazzo Giureconsulti, in piazza Mercanti 2, a Milano. Sarà preceduta dal convegno "SPORTELLINO UNICO, CATALIZZATORE DELL'INNOVAZIONE".

Info: 02 6691567 oppure 331 674 6826

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 ad Angelo Maino (Linde MH Italia)

**"IL MERCATO CHIEDE
POLITICHE TRASPARENTI"**

4

Estero

**BRASILE: LOGISTICA
AVANTI TUTTA!**

8

Monaco

**TRANSPORT LOGISTIC
IN VERSIONE "GREEN"**

16

FOCUS 1 - Logistica del fashion

**PARLANO I 3PL DI UN SETTORE
ANCORA "CHIAVE" PER L'ITALIA**

27

Eventi B2B

**A NOVEMBRE LA SETTIMA
EDIZIONE DI MATCHING**

38

FOCUS 2 - Trasporto marittimo

**AUTOSTRADE DEL MARE
FONTE DI PROSPERITA'**

46

Tecnologie

**LA LUNGA STRADA
DELLA TRACCIABILITÀ**

54

MAGAZZINO DEL MESE

30 GIORNI

DAL MONDO DELLA FORMAZIONE

40

62

66

REALTÀ IN MOVIMENTO

unicar

PARTNER NEI PROBLEMI
Leader nelle soluzioni

Sede Cassago
Bi.Car - Vr
Costa & Zaninelli - Mn
Dell'aglio - Bs
Gi-car - Mo
Idea Diesel due - Bs
Ma.Go. Car - Pv

Sacer - Ud
Somet - No
Tecnomarca - Tv
Ve.Mo. Car - Va
Veyal - Pd
Filiale Ravenna
Filiale Torino

Yale 
People. Products. Productivity.



Numero Verde
800-91.18.38

www.unicar-yale.it

"IL MERCATO CERCA POLITICHE CHIARE"

E' la ricetta indicata dal direttore commerciale di Linde MH Italia per poter contare su un effettivo rilancio, anche del settore dei carrelli elevatori.

di Ornella Giola



ANGELO MAINO

A CeMAT 2011 (importante fiera europea del material handling) Linde ha presentato l'inedita serie di carrelli con portata da 2 a 5 tonnellate, in 19 versioni standard. Varie innovazioni tecniche garantiscono risparmio energetico, produttività, sicurezza operativa e confort. *"Nella classe di portata da 2 a 3,5 tonnellate, i carrelli elettrici della nuova serie '387' sono già disponibili – afferma il direttore commerciale di Linde MH Italia Angelo Maino – e dall'autunno 2011 anche con una portata maggiore (da 3,5 a 5 tonn). Già da dopo il lancio ufficiale questa serie ha ricevuto il riconoscimento 'iF product design award 2011', uno dei premi per il design più conosciuti e ambiti a livello internazionale, nella categoria veicoli specialil/costruzione/agricoltura".*

CON GLI ELETTRICI '387' ACCRESCETE LA VERSATILITÀ DELLE VOSTRE MACCHINE...

■ Tutte le otto portate da 2 a 5 tonnellate sono disponibili con una versione alta a baricentro 600 mm per una visibilità migliorata sul carico e una versione bassa a baricentro 500 mm per altezze di passaggio ridotte per l'utilizzo in container oppure per operazioni di commissionamento dove l'operatore deve frequentemente salire e scendere dal carrello. Il cliente può anche scegliere tra il telaio lungo o compatto sia per la versione alta sia per quella bassa. I modelli lunghi dispongono di una batteria più grande e, quindi, di riserve energetiche supplementari, ma danno la possibilità di utilizzare batterie già disponibili. I modelli compatti vengono raccomandati per zone di lavoro strette e limitate o per applicazioni meno impegnative.

QUALI SONO LE PRINCIPALI CARATTERISTICHE TECNOLOGICHE DEI "387"?

■ E' prevista la trasmissione anteriore a due motori: alimentano il carrello con 9 e 11,9 kW, con il risultato che la macchina può cambiare direzione velocemente e accelerare alla velocità massima di 20 km/h nel più breve tempo possibile. Un ulteriore contributo alle prestazioni è fornito dallo sterzo attivo in abbinamento all'assale sterzante combinato montato in alto: garantisce la manovrabilità di un 4 ruote e lo stesso raggio di volta di un 3 ruote.

PER QUANTO CONCERNE IL CONTENIMENTO DEI COSTI E IL RISPARMIO ENERGETICO, COSA PREVEDETE IN CONCRETO?

■ Accanto alla modalità di regolazione di serie "efficiency", i nuovi carrelli elettrici dispongono di due ulteriori regolazioni che sono attivabili a richiesta. Con la modalità ancora più economica "economy" la potenza può essere ridotta a favore di un minor consumo di energia. Utilizzando invece la modalità "performance" si può ottenere la maggior produttività possibile nel magazzino. Persino in modalità "efficiency" i carrelli rappresentano il punto di riferimento in termini di prestazioni tra tutti i carrelli della concorrenza per quel che riguarda la stessa classe di portata.

Archivio Linde



LASCIAMO ORA LE NOVITÀ DI PRODOTTO E VENIAMO AL MERCATO. QUALI TRENDS STA EVIDENZIANDO IL 2011?

■ Dopo i primi due mesi di autentico exploit, con crescite del 35-50%, nel periodo compreso tra marzo e maggio si è tornati su valori minimi, giungendo a chiudere il quadrimestre con un ben più contenuto + 5,8%.

“Dopo un esordio 2011 alla grande, il periodo compreso tra marzo e maggio è tornato su valori minimi”

LA SOLUZIONE DELLA CRISI PER IL SETTORE È DUNQUE LONTANA?

■ La questione esula dal nostro specifico comparto d'azione e ha radici ben più profonde, connesse con la politica economica del nostro Paese. Gli operatori e le aziende vivono con una sorta di paura di fondo, perché mancano scelte politiche chiare. La Germania, a differenza di noi, cresce perché lì siamo in presen-

za di una politica industriale chiara e trasparente. Linde Italia – insieme a Linde Spagna – sta soffrendo parecchio, mentre Linde Germania va alla grande e Linde Francia e Regno Unito registrano una crescita nel complesso più che sufficiente.

QUESTA SITUAZIONE INVESTE TUTTO IL PAESE?

■ Senza dubbio chi sta soffrendo di più è il Sud Italia, dove la mancanza di investimenti, di agevolazioni e incentivi ha di fatto bloccato il mercato. Il Meridione è letteralmente fermo. Un dato su tutti: nei primi tre mesi del 2011 la Puglia, che solitamente fa da traino, ha registrato un – 22%. >



SEBINO
FIRE PROTECTION®

Dal 1982
progettazione,
costruzione
e installazione
di sistemi automatici
di spegnimento
per la protezione
antincendio.

SEBINO
FIRE PROTECTION®

24060 Bagnatica (BG) • Via Don Bolis, 1
Tel. +39 035 292811 • Fax +39 035 303978

www.sebino.eu



CONDIVIDE IL PARERE SECONDO IL QUALE PER TORNARE A CRESCERE IN MODO CONVINTO IL SETTORE DEVE ATTENDERE IL 2015 E COMUNQUE I RISULTATI ANTERIORI ALLA CRISI DEL 2008-2009 NON VERRANNO MAI PIÙ RAGGIUNTI?

■ Sì, concordo con queste analisi, anche perché prima dell'attuale crisi il mercato era "gonfiato" da dati non veritieri e alimentati da sostituzioni anticipate di carrelli per flotte a noleggio.

CHE RUOLO GIOCANO IN QUESTO DIFFICILE MOMENTO LE BANCHE?

■ Un ruolo importantissimo, dal momento che la stretta sull'accesso al credito ha indotto nelle aziende comportamenti che non si erano mai visti prima, come ad esempio il ritornare sui propri passi e anziché optare per l'iniziale decisione di acquisto dei carrelli si preferisce noleggiarli.

DA QUALCHE TEMPO DISPONETE DI UNA VOSTRA FILIALE A MILANO CHE COMMERCIALIZZA DIRETTAMENTE I VOSTRI PRODOTTI. COME STA ANDANDO?

■ I risultati sono molto positivi. Milano e il suo hinterland sono zone strategiche e la presenza di venditori diretti ci consente maggiori chances di crescita. Detto questo la rete indiretta resta una scelta altrettanto strategica per Linde.

la sua durata temporale: dai 3-5 anni di un tempo si è passati all'anno di adesso. Inoltre la domanda è alimentata prevalentemente da cooperative (specie nel settore logistico) e gestire il business con queste realtà risulta essere un compito complesso e difficile, specie perché le esigenze delle cooperative si sono fatte più articolate, con ad esempio la domanda di parchi macchine particolari e in tempi rapidi.

LINDE È NOTA PER LA QUALITÀ ELEVATA DEI SUOI CARRELLI, MA QUALITÀ DIFFICILMENTE FA RIMA CON BASSI COSTI. E ALLORA COME FRONTEGGIATE IL MERCATO CHE INVECE È SEMPRE PIÙ ATTENTO AD ABBATTERE I COSTI?

■ Attraverso la nostra forza commerciale siamo impegnati a spiegare ai clienti che con un carrello Linde possono contare su servizi post vendita che consentono loro di contenere di parecchio, per esempio, i costi di manutenzione dei carrelli. Il che – alla lunga – si rivela un aspetto estremamente virtuoso ed economicamente

CONFERMA CHE A TRAINARE LA CRESCITA DEL SETTORE SIA IN PRIMO LUOGO IL NOLEGGIO?

■ Sì, confermo questo trend, anche se va osservato che il noleggio può risultare un'arma a doppio taglio, dal momento che la domanda per tale formula ha ridotto notevolmente

positivo per le aziende, con saving importanti.

TRA I VOSTRI COMPETITOR C'È CHI Afferma che la crisi alla fine razionalizzerà il settore, dando vita a un mercato più piccolo e quindi anche più sano, sia dalla parte di chi acquista che di quella di chi vende carrelli. Condivide questa opinione?

■ Se analizziamo bene il mercato questa selezione in effetti non c'è stata: i concessionari sono riusciti, nel complesso a sopravvivere; quanto ai gruppi di produttori si sono ristrutturati già al loro interno. Quel che è certo è che – viste le condizioni del mercato – le scelte in futuro dovranno essere sempre più attente e vagliate in maniera estremamente oculata.

TEMETE LA CONCORRENZA DEI PRODUTTORI ASIATICI?

■ Al momento tale concorrenza è di poco conto: sul mercato opera solo qualche importatore. Tra qualche anno forse bisognerà fare i conti con tali realtà, ma per adesso no.

ANCHE IL GRUPPO LINDE STA INVESTENDO NEI BRIC?

■ E' indubbio che Cina, India e America Latina sono mercati dove Linde intende investire e conseguentemente crescere, affiancati anche dagli Usa.

"In Italia deteniamo al momento il 10% di market share; entro il 2015 vogliamo arrivare a quota 15%"

QUALI INVECE GLI OBIETTIVI PER L'ITALIA?

■ A oggi deteniamo il 10% di market share, che entro il 2015 dovrebbe salire al 15%, rafforzando in particolar modo la struttura distributiva e favorendo una presenza più diretta su clienti importanti. In entrambi i casi favoriremo quello che per noi è di estrema importanza, ovvero la formazione delle ri- ■



Io ho CarLo®. E tu?



CarLo® è l'innovativo software di Transportation Management prodotto da Soloplan e già usato da più di 750 aziende nel mondo. CarLo® è distribuito in Italia da Beta 80 Group, società presente sul mercato dal 1986 e leader nel settore Supply Chain Management con soluzioni innovative per tutti gli ambiti della logistica.



BETA 80 GROUP

BRASILE, LOGISTICA AVANTI TUTTA!

L'economia in forte ascesa del Paese richiede efficienza sia nelle infrastrutture portuali che nel sistema logistico nazionale.

di **Giovanna Visco**

È stato piuttosto fitto il seminario, presso Palazzo Pamphili sede romana dell'ambasciata, "Brasile - Italia. Cooperazione portuale e integrazione logistica" con i massimi vertici politici e amministrativi della portualità brasiliana, che hanno promosso un'intensa azione di marketing territoriale sulle opportunità di investimento nella logistica della federazione, quella del Brasile, di 27 Stati, con un'estensione complessiva di oltre 8.500.000 di km² e 8500 km di costa attraverso cui passa il 95% del loro commercio internazionale. Nel

complessivo di 300 mil di dollari (export 168mil e import 132mil), con una crescita rispetto all'anno precedente del 14%. Il governo centrale intende entro il 2022 più che raddoppiare la capacità di movimentazione commerciale passando a 1,7 miliardi di tonnellate, un target a coronamento del processo di riforme messo in campo dal Governo del presidente Lula da Silva nel settore portuale, che a sua volta nel 1993 era già stato oggetto di azioni di modernizzazione con

Entro il 2022 il Governo federale punta a raddoppiare la capacità di movimentazione delle merci

struttura della presidenza della Repubblica - il cui ministro, Leonidas Cristino è intervenuto personalmente al seminario-work shop, organizzato dall'Ambasciata, guidata da José Viegas Filho, insieme al dipartimento di promozione Commerciale e Investimenti del ministero delle Relazioni Estere e al Governo federale brasiliano, in collaborazione con ANTAQ e SEP, anche con le associazioni italiane Confitarma, Assonave e Assoporti.

La portualità brasiliana è organizzata in 37 porti pubblici di cui 34 marittimi, 16 amministrati dai singoli stati o dai municipi e 18 direttamente controllati dal governo federale attraverso società miste, le Companhias Docas, in cui il ministero dei Porti è l'azionista maggioritario. Ci sono poi 129 grandi terminal di uso privato - che nel 2010 hanno movimentato oltre i 2/3 del totale delle merci (circa 600mil di tonnellate) - per la produzione verticalizzata, cioè ad uso esclusivo delle merci prodotte in Brasile dagli impianti produttivi o estrattivi di singole imprese o di consorzi, autorizzati su specifica concessione.

L'insieme del sistema portuale brasiliano viene regolato e armonizzato

2010 la portualità brasiliana ha movimentato oltre 830 milioni di tonnellate di merci, del valore

Fotolia.com



venti per aumentare la capacità di movimentazione e di stoccaggio dei porti brasiliani, per migliorare l'efficienza del management portuale e per definire responsabilità e ruoli istituzionali dei diversi soggetti. Intanto, SEP ha già introdotto un sistema di monitoraggio basato sulla raccolta di indicatori di performance per la valutazione di efficienza dei porti pubblici.

Ciò che guida questo insieme di azioni è la consapevolezza che per mantenere il posizionamento del paese tra i primi posti nella graduatoria mondiale del PIL (attualmente il Brasile occupa il 7° posto, soprattutto grazie alla forte esportazione di materie prime) è necessario sostenere l'efficienza delle infrastrutture portuali e del sistema logistico, che vincolano fortemente la quota di commercio internazionale del Paese. Da qui le politiche di abbattimento dei principali colli di bottiglia all'espansione del flusso commerciale, che nel 2010 è cresciuto del 37%, attraverso misure che migliorando e adeguando le infrastrut-

ture riducano il congestionamento portuale oltre che i tempi e i costi complessivi di scalo delle navi, integrandole con criteri ambientalmente sostenibili. Infatti, non sfugge che il trasporto su gomma è la prima modalità commerciale (58% nel 2007) e che rischia di crescere enormemente al crescere delle attività economiche e industriali del Paese, in primis quelle agricole, che da tutto il paese convergono verso i porti a

Sud viaggiando sui camion. Il programma prevede di abbassare la quota di utilizzo del trasporto su gomma al 30%, aumentando il trasporto su ferro del 25% fino a portarlo alla soglia del 35% entro il 2025, e del 13% quello su acqua portandolo entro il 2015 al 29% incrementando lo short sea shipping e l'utilizzo - almeno parziale - dei 44.000 chilometri di vie fluviali brasiliane potenzialmente navigabili. ■

PORTO DI SANTOS, BIG LATINO-AMERICANO

È il principale porto del Brasile e di tutta l'America Latina. Da Santos per l'Italia si muovono legno, caffè e minerali di ferro.

Il porto movimentava il 39% del traffico contenitori del Paese, che, rispetto al 2009, ha registrato una crescita del 23% nel 2010, anno in cui la produttività è passata a 54 movimenti orari (rispetto agli 11 iniziali). Quest'anno è cresciuta ulteriormente a 60 e prevedono di arrivare a 70 movimenti orari nel 2012. Per migliorare ulteriormente i tempi, adotteranno dispositivi di pesa dei contenitori durante le operazioni di sollevamento. Entro il 2020 nel porto di Santos sono previsti complessivamente investimenti per 9 miliardi di dollari. Tra questi, la riqualificazione, già avviata, di un'area adiacente al porto di 8 milioni di mq che per 50 è stata utilizzata come discarica del porto. Con un finanziamento Fortis e i lavori affidati a una impresa belga, hanno bonificato in 24 mesi tutta l'estensione, con un investimento totale di 926 mil di dollari. Il progetto è della BTP - Brasil Terminal Portuário SA - finalizzato alla utilizzazione delle aree per la movimentazione container e di rinfuse liquide.

- 1.000.000 mq realizzati in infrastrutture logistico-industriali
- 98.000 mq in spazi distributivi in corso di realizzazione
- 230.000 mq in spazi distributivi di prossima costruzione
- 2.990 KWp di impianti fotovoltaici già realizzati
- 3.183 KWp di impianti fotovoltaici in 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.

ALCUNI ESEMPI REALIZZATI

294.000 mq CSG Logistic Park (PC)

105.000 mq Piacenza Le Mose (PC)

85.000 mq Bologna interporto

59.000 mq Romentino (NO)

101.600 mq Logistic Park Pontenure (PC)

44.000 mq Arquà Polesine (RO)

45.000 mq Magenta (MI)

27.000 mq Anagni (FR)

23.000 mq Castel San Pietro (BO)



IN CORSO DI REALIZZAZIONE

63.000 mq Castel San Giovanni (PC)

30.000 mq Rovigo

5.000 mq Stabio (Svizzera)



Sede Legale: Strada 3 Palazzo B3 - 20090 Assago Milanofiori (MI)

Sede Amministrativa ed Operativa: Viale dell'Industria 16/F - 29015 Castel San Giovanni (PC)

Tel. +39.0523.1741100 - Fax: +39.0523.1741134 e-mail info@eng2k.com

www.eng2k.com

NO A UN ALTRO STORE DI IKEA IN TOSCANA

Dopo sei anni di tira e molla con la burocrazia, il colosso dell'arredamento rinuncia a costruire un punto vendita a Vecchiano.

di Anna Mori

Ikea, il colosso svedese dell'arredamento, ha annunciato la decisione di abbandonare definitivamente il progetto di costruzione dello store a Vecchiano, in provincia di Pisa. "Il management board di Ikea Group - si legge nella nota diramata dal gruppo svedese - ha ritenuto di cancellare dai propri piani di espansione in Italia il progetto relativo alla realizzazione di un punto vendita Ikea nel comune di Vecchiano, in località Migliarino. Questa risoluzione è stata presa in seguito all'eccessiva dilazione dei tempi di decisione da parte delle autorità locali alle quali il primo progetto è stato presentato sei anni fa, tempi che hanno reso l'investimento su Vecchiano non più competitivo in relazione ad altre potenziali localizzazioni. La disposizione, inderogabile e definitiva, è stata comunicata dalla direzione del gruppo al management di Ikea Italia due settimane fa, ma si è deciso di renderla pubblica solo oggi vista la precedente fase pre elettorale e prima di conoscere il risultato delle urne".

"Ho insistito per avere un ulteriore incontro con l'AD di Ikea Italia Lars Petersson, con cui voglio discutere le possibilità di recuperare l'investimento anche in altre parti della Toscana - ha replicato il presidente della Regione Enrico Rossi - La mia unica preoccupazione sono i posti di lavoro che potrebbero andare persi

soprattutto per i giovani. Il nostro problema è riuscire a coniugare sviluppo e ambiente, farlo bene e in tempi adeguati. La presenza dell'Ikea se ben collocata e ben servita dalla viabilità non confligge con il tessuto commerciale locale e può anzi alimentare un indotto positivo".

La struttura, di 20 mila mq, avrebbe comportato un investimento di 100 milioni di euro, creando 400 posti di lavoro

traboccare il vaso siano stati un paio di studi di fattibilità promossi dal Comune, che proponevano di spostare l'insediamento in un'altra zona, ossia da un'area ricca di passaggio stradale a un polo industriale non altrettanto appetibile commercialmente parlando. In genere in casi come questi si tende a scari-

care la colpa dell'abortito progetto ai comitati di cittadini che si oppongono alla costruzione di parchi retail o altre infrastrutture nel loro territorio, ma in questo caso le responsabilità sembrano essere soprattutto della Pubblica Amministrazione e degli enti locali. Col proprio insediamento Ikea avrebbe sviluppato 400 inediti posti di lavoro, compreso l'indotto. E non si può neanche dire che la multinazionale svedese si sia dimostrata poco disponibile, avendo modificato il proprio progetto ben quattro volte, in funzione del parere delle autorità locali. Così Petersson tirato le conclusioni dell'amara vicenda in un'intervista al "Sole 24Ore", ha detto: "Mediamente in Italia servono due anni di attesa in più per avere il via libera all'investimento, cioè sei-sette anni, contro i tre-quattro del resto dell'Europa". Ma quel che più sconcerta gli svedesi dell'Ikea è l'imprevedibilità della nostra burocrazia. E così questa è un'ulteriore prova di come la politica abbia tempi e modi che non collimano con quelli che sono propri dell'economia e del mercato. ■





La D'Alterio Group Divisione Logistica Srl nasce raccogliendo i frutti di una già consolidata tradizione di famiglia che affianca collocandosi immediatamente per strutture e potenzialità tra le maggiori realtà campane del settore.

La forte propensione alla **innovazione tecnologica** rappresenta uno dei punti di forza dell'azienda che ha realizzato già nel 2004 la completa copertura in radiofrequenza dei magazzini, per un'area di ca. 50000 mq, garantendo la lavorazione automatizzata delle merci in deposito ed ottemperando in anticipo ai di-

spositivi di legge in materia di tracciabilità dei lotti.

Con la sua flotta di **300 automezzi tra bilici, autotreni e motrici ed oltre 200 semirimorchi**, in continuo ampliamento, copre la distribuzione dell'intero territorio nazionale.

Offriamo **logistica integrata** a società del settore agro alimentare e ci proponiamo come **piattaforma distributiva** per la grande distribuzione, garantendo la perfetta conservazione e maneggevolezza delle merci nonché la tempestività delle consegne.

A completa disposizione dei nostri clienti e dei loro, un customer care specializzato, attivo e soprattutto risolutivo delle problematiche giornaliere è sinonimo di garanzia di un servizio affidabile. Tecnologia, esperienza e tenacia sono le nostre doti migliori che ci permettono di poter mostrare orgogliosi all'Italia intera lo slogan stampato sui nostri automezzi:

**"Trasportare la vostra
fiducia è il nostro
impegno quotidiano".**

www.dalteriologistica.it

SALITI A 200 I PUNTI VENDITA DI FAMILA

Un traguardo importante per l'insegna che prevede altre 25 aperture entro il 2011, per una superficie complessiva pari a 54 mila mq.

di **Giovanna Galé**

Con le due ultime aperture, nel mese di maggio, dei punti di vendita di Treviso e di Catania, Famila ha raggiunto le 200 unità. Si tratta di un traguardo importante per il gruppo Selex che, fin dal 1984, con l'apertura del primo punto di vendita a Bolzano, ha creduto nella forza innovativa dell'insegna, acquisita da Selex per l'Italia dalla Centrale Famila di Heidelberg, in Germania. Nel giugno 2002, il gruppo ha festeggiato l'apertura del Famila numero 100, a Ponte San Pietro (Bergamo), fino ad arrivare, a distanza di nove anni, al raddoppio di oggi, con 200 punti di vendita in tutta Italia. Il successo dell'insegna risiede prima di tutto nell'originalità della formula, che riunisce in un unico spazio di vendita di media superficie assortimenti alimentari e grocery - con i banchi dei freschi - e reparti non food (una selezione di articoli per la casa, tessile e casalinghi, di uso quotidiano).

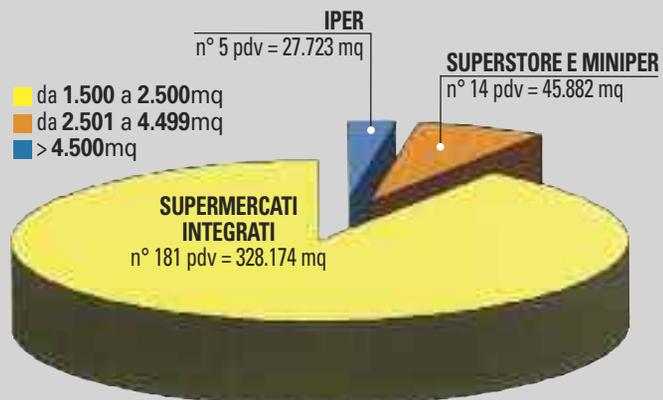
Una formula che, pur se costantemente aggiornata per rispondere ai cambiamenti dei consumi (per esempio negli anni è stato assegnato sempre più spazio all'area dei freschi, punto focale dell'offerta) mantiene salda la sua filosofia iniziale: garantire assortimenti ampi e di qualità, alla massima convenienza. Al punto che nel 2010, è stato proprio un punto di vendita Famila, l'IperFamila di Dossobuono (Verona), ad aggiudicarsi il primo posto nella classifica di Altro-

consumo dei supermercati più convenienti d'Italia e tante altre unità della catena sono risultate leader in competitività nelle loro regioni.

Oggi Famila è ai primi posti nella classifica delle reti di vendita italiane (classe di dimensione 1.500-4.500 mq) della distribuzione moderna nazionale. Presente in 15 regioni, con 5.500 addetti, ha realizzato nel 2010 un giro d'affari di 1,730 miliardi di euro, concentrando il 25% del fatturato dei punti di vendita al dettaglio di proprietà delle 21 imprese associate Selex. Nei primi quattro mesi del 2011 le vendite nel canale Famila hanno registrato una crescita a parità di rete del +3,8% contro una crescita media di super e iper pari al +0,3% (Fonte: Nielsen). Entro la fine dell'anno sono previste ulteriori 25 nuove aperture per complessivi 54.000 mq. *"Il format Famila - spiega Maniele Tasca, direttore ge-*

nerale del gruppo Selex - ha dimostrato di saper rispondere in modo ottimale all'evoluzione dei consumi e alle esigenze di una spesa moderna, che richiede comodità, velocità, completezza degli assortimenti, specializzazione nei reparti freschi, presenza di prodotti locali, convenienza e promozioni di forte interesse per la clientela. Tutti concetti già presenti nel dna di Famila fin dalle prime aperture, che in tutti questi anni le imprese del gruppo Selex hanno perfezionato giorno dopo giorno, per rispondere in modo adeguato agli attuali bisogni della clientela». E in tempi di difficoltà economiche per le famiglie italiane, Famila rafforza questo suo posizionamento. Nel 2010, il valore delle vendite in promozione ha raggiunto il 24,7% del giro d'affari, per uno sconto complessivo erogato di 90 milioni di euro. L'insegna Famila fa capo al gruppo Selex, terzo distributore nazionale. ■

I FORMATI DEI PDV NEL 2011



Situazione aggiornata a maggio 2011



SMOOV
Automazione senza limiti



Di spazio, di tempo, di costi. Sono numerose le barriere che possono ostacolare il flusso delle tue merci in magazzino.

Smoov ASRV è l'unico sistema di **automazione distribuita** per la gestione integrata del tuo pallet basato su veicoli intelligenti, interconnessi e indipendenti dalla struttura di magazzino che, grazie a binari dedicati, si muovono tra le scaffalature nelle due direzioni ortogonali, svolgendo in autonomia operazioni di stoccaggio e movimentazione merci, ottimizzando le missioni e superando eventuali limiti strutturali esistenti.

Modulare, flessibile, scalabile, Smoov rivoluziona l'automazione intralogistica estendendola a contesti finora impossibili, come locali con vincoli di altezza, forme irregolari, complesse o di piccole dimensioni.

Vuoi implementare nel tuo magazzino la soluzione Smoov più adatta a te? Visita il sito www.smoov-asrv.eu e scopri la nostra rete di Solution Partner o invia una e-mail a smoov@smoov-asrv.eu


SMOOV ASRV
WHEREVER SMART

Vincitore della



MONACO NEL SEGNO DELLA SOSTENIBILITÀ

L'edizione dell'atteso appuntamento fieristico è stata molto influenzata dai temi "green". Grandi protagoniste le ferrovie.

di Paolo Sartor

Al Transport Logistic di Monaco sono stati oltre 51mila visitatori provenienti da 134 Paesi del mondo, con un incremento del 7% rispetto alla edizione del 2009. Si è respirato chiaramente un clima di ottimismo e buone prospettive di crescita per il settore - almeno per quanto riguarda la Germania. Nutrita la presenza di operatori intermodali, imprese ferroviarie private e grandi operatori logistici. L'atmosfera in tutti i padiglioni è stata molto orientata al business, a dimostrazione del fatto che il settore della logistica sta vivendo un nuovo trend di crescita. Anche gli operatori hanno espresso soddisfazione: "Questa edizione è stata la più internazionale di tutte", ha precisato Monika Ribar, ceo di Panalpina, mentre Katja Herbst di DHL Paket Deutschland Vertrieb, ha detto: "i padiglioni erano pieni e i convegni completi. Il business sta crescendo ancora e la logistica si conferma come il comparto che reagisce per primo alla ripresa industriale".

Il ministro dei Trasporti tedesco Pietro Ramsauer ha affrontato il tema della crescita del trasporto merci nell'ottica della salvaguardia ambientale e delle normative necessarie per attuare questo indirizzo strategico. Logistica verde è un tema importante per il settore dei trasporti e lo diventerà sempre di più, nonostante una

previsione di crescita dei volumi del trasporto merci fino all'80% entro il 2050. Ridurre l'impatto sull'ambiente generato dalla mobilità delle merci può però offrire una grande sfida per innalzare l'efficienza delle aziende, grazie alla riduzione dei costi. "Con il nostro Piano d'azione per merci e logistica - ha precisato Ramsauer - abbiamo un documento strategico che vuole coniugare la crescita del trasporto

con la salvaguardia dell'ambiente e del clima. Tuttavia, non puntiamo su misure obbligatorie, bensì sull'impegno volontario dell'intero settore. Molte imprese sono già attive in tal senso e usano moderni sistemi di trazione, investono per la formazione degli autisti alla guida economica e in programmi che ottimizzano i percorsi dei veicoli."

La Germania dispone di un piano strategico che coniuga la crescita del trasporto con l'ambiente

Ma scopriamo assieme alcuni dei temi cruciali che sono emersi dalla manifestazione tedesca. Gli analisti prevedono un forte aumento del traffico aereo nell'arco dei prossimi anni e bisognerà



prestare particolare attenzione agli aspetti della tutela ambientale anche nell'utilizzo di questa modalità di trasporto. In sintesi ecologia ed economia devono andare di pari passo. Fondamentale in questo contesto la disponibilità di aeromobili puliti e silenziosi; aerei moderni, come l'Airbus A380, che dichiara consumi di soli tre litri di cherosene a passeggero ogni 100 chilometri. In generale però il settore aereo rileva un aumento del numero dei voli e dei costi aeroportuali per decolli e atterraggi notturni. L'Unione Europea sembra propensa ad autorizzare decollo e atterraggio nelle ore notturne, solamente agli aerei più silenziosi. Innovativo appare il sistema di controllo del traffico aereo tedesco che ha introdotto l'approccio di discesa continua, riducendo così l'inquinamento acustico nella fase finale dell'atterraggio. A Monaco si è parlato della proposta di includere l'aviazione nel sistema di scambio delle emissioni, portando avanti, a livello europeo, il Single European Sky, in sintesi uno spazio aereo comune comunitario per una migliore gestio-



ne del trasporto aereo. Il Paese ha sempre sottolineato che la crisi economica non avrebbe investito la crescita a lungo termine della movimentazione di container nei suoi porti marittimi.

Le previsioni del traffico di contenitori evidenziavano un quadruplicamento dei volumi nel periodo 2004-2025, passando rispettivamente da 10,8 a 45,3 milioni di teu. Il Governo federale ha adottato una strategia nazionale avente gli obiettivi di espandere le infrastrutture di trasporto portuali, eliminare le strozzature, migliorare la competitività, salvaguardare e promuovere la formazione e l'occupazione nel settore, promuovere la tutela dell'ambiente e infine ottimizzare e migliorare la sicurezza di tutta la catena logistica distributiva.

Girando fra gli stand della fiera, abbia-

mo scoperto in che modo fosse rappresentato il nostro Paese. Da Genova a Gioia Tauro, passando per Napoli, Bari, Ancona e fino a Trieste, gli scali italiani hanno catalizzato l'attenzione dei visitatori del Transport Logistic - riconosciuto come il più importante appuntamento internazionale dedicato al trasporto intermodale. La ricca e industrializzata Baviera, è stato ricordato nel corso delle convention "Ligurian Ports - Sistema dei Porti Liguri" di oggi, rappresenta il primo mercato di riferimento dei porti liguri al di fuori dei confini nazionali. Ed è previsto un incremento dei traffici da e per i mercati della regione, anche per quanto riguarda il settore crocieristico e turistico. Un protocollo

d'intesa per il potenziamento dei collegamenti da porto a porto tra Adriatico e Mar Baltico attraverso comuni strategie di sviluppo del trasporto sia a livello europeo sia nazionale e regionale. E' quanto i porti di Ravenna, Venezia, Trieste, Koper e Rijeka attraverso il Napa, l'associazione dei porti del Nord Adriatico - rappresentata dal Presidente dell'Autorità Portuale di Ravenna - hanno sottoscritto con l'associazione dei porti del Mecklenburg-Vorpommern. Secondo il presi-

Tra la folta delegazione di espositori italiani anche i Ligurian Ports, che hanno organizzato una convention

LO STAND DELLA REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA



dente dell' Autorità Portuale di La Spezia Lorenzo Forcieri *"finalmente il mercato tedesco ha compreso gli evidenti vantaggi non solo ambientali, ma anche economici delle strutture liguri, che vogliono servire il mercato del Nord Ovest e invertire le forti tendenze verso i porti del Nord Europa, puntando su infrastrutture portuali adatte alle navi di ultima generazione e concretizzando un legame forte con la retroportualità, attraverso l'implementazione di un servizio ferroviario di nuova concezione".* "I porti liguri - ha spiegato Piero Odone, presidente di Unioncamere - stanno investendo molto nel potenziamento delle infrastrutture portuali per rispondere nel modo migliore alle esigenze operative degli utenti. Queste opere non si limitano ai bacini portuali ma riguardano la rete infrastrutturale su gomma e su ferro."

Per uno sviluppo dell'intermodale, i porti e le infrastrutture ferroviarie devono sfruttare gli interporti dell'entroterra, a sostenerlo è stato il presidente di Unione Interporti Riuniti Alessandro Ricci intervenendo al seminario dal titolo: *"La piattaforma logistica italiana al centro dei traffici tra Europa, Paesi del Mediterraneo ed Oriente - Gli interporti e le infrastrutture della logistica italiana"*. Sempre di più secondo Ricci il sistema della grande industria e fornitori di servizi logistici apprezzano gli interporti e mostrano con i loro volumi che un interporto può rappresentare più di una semplice assistenza per gli spedizionieri e i vettori. Per una maggiore competitività i porti e gli interporti italiani dovranno sviluppare delle strategie comuni di marketing sul

mercato tedesco, in modo che gli operatori tedeschi abbiano a disposizione in forma semplice e completa tutte le informazioni.

Grande protagonista di Transport Logistic 2011 è stata la via ferrata, anche perché l'Unione Europea vuole raddoppiare il volume di traffico merci su ferrovia. Più di 100 compagnie ferroviarie statali e privati erano presenti alla manifestazione fieristica bavarese. Comprese quelle italiane. Il gruppo FS, composto da Trenitalia Cargo, TX Logistik, Cemmat con 21 miliardi di tonnellate di merci trasportate per chilometro nel 2010 sta rafforzando non solo in Italia i terminali principali, ma anche nei mercati internazionali dove ha sviluppato nel 2010 il 55% dei treni merci. Sempre nel 2010 FS ha trasportato il 49% delle tonnellate con tecniche intermodali. La Germania per FS rappresenta il principale partner, con circa 9,5 milioni di tonnellate trasportate. Per aumentare la propria presenza nel mercato europeo, le nostre ferrovie hanno deciso di concentrarsi su TX Logistik (operatore leader nel settore del trasporto ferroviario di merci) rilevandone di recente l'intero pacchetto azionario, di cui già possedeva il 15% della holding dal 2003 e il 51% dal 2005. TX Logistik è presente sul mercato tedesco ed europeo dal 1999, in particolare sulle linee nord-sud, ed offre servizi ferroviari tran-

sfrontalieri grazie alle sue filiali in Austria, Svizzera e Svezia. *"Vogliamo essere la prima scelta dei nostri clienti in Europa per il trasporto ferroviario di merci"* ha invece puntualizzato l'AD di DB Schenker Rail Alexander Hedderich. I traffici nel 2010 sono cresciuti rispetto al 2009 del 9% in particolare per il trasporto di acciaio, carbone, unità intermodali, prodotti chimici e nel settore dell'automotive. DB Schenker Rail opera in 17 Paesi europei con proprie società, collaborazioni e joint venture. DB Schenker Rail è in Europa il più grande operatore nel trasporto ferroviario di merci con 32.600 dipendenti, nonché una flotta composta da 3.400 locomotori e 109.000 vagoni. Ogni giorno, la società gestisce 5.100 treni merci che circolano per l'Europa. Circa il 60% delle spedizioni è internazionale.

Più di cento le compagnie ferroviarie pubbliche e private presenti alla kermesse bavarese

In occasione del Transport Logistic, il colosso Bombardier Transportation ha presentato in anteprima la locomotiva a corrente alternata con un motore diesel supplementare. Conosciuto come "last mile diesel", questa innovazione elimina la necessità di cambiare le locomotive di manovra in aree di una rete ferroviaria. La nuova tecnologia offre una maggiore flessibilità, ad esempio presso le stazioni in cui un cambiamento di sistema ha luogo, presso i terminali, nei porti o nei cantieri edili. Le prime cinque locomotive di questo tipo sono state ordinate dalla società di leasing Railpool alla fine del 2010. Tre di queste locomotive saranno affittate alla società ferroviaria privata svizzera BLS Cargo. ■



LOT 64

EURO

BRITISH POUND

US DOLLAR

JAPANESE YEN 3.

HONG KONG DLR

CONVERSIONS APP

AUCTION
& CO

La vostra supply chain non ha mai avuto tanto valore.

GEFCO ENGINEERS YOUR PRODUCTIVITY Il controllo delle supply chain è un elemento chiave per la vostra crescita e la vostra redditività. Gefco progetta e implementa costantemente soluzioni logistiche integrate su scala internazionale. Per saperne di più, consultate il sito www.gefcoengineersyourproductivity.com

GEFCO
LOGISTICS FOR MANUFACTURERS

D'ALTERIO GROUP SBARCA A NOVARA

Il 3PL campano apre a Romentino una piattaforma per il settore food; è dedicata a stoccaggio e transit point nel nord del Paese.

di Ornella Giola

Dalla Campania al Piemonte, D'alterio Group aggredisce il mercato settentrionale con una propria piattaforma in provincia di Novara. *“Certamente – esordisce Raffaella D'Alterio, consigliere di amministrazione del gruppo – la piattaforma di Romentino rappresenta il naturale evolversi della nostra strategia di crescita e sviluppo. Negli ultimi quattro anni, alla storica sede di Villaricca (Napoli) abbiamo affiancato due piattaforme nel casertano (Parete e Carinaro) che hanno diversificato la tipologia di servizi offerti alla clientela; Parete nasce, inizialmente, come deposito di prodotti no food, mentre Carinaro costituisce il nostro investimento nel settore del freddo. Romentino rappresenta parte del progetto aziendale che tende ad allargare la nostra presenza di piattaforme adibite allo stoccaggio e al transit point nell'area nord del Paese. Sarà la nostra piattaforma di riferimento e di interscambio per le spedizioni “Nord to Nord”, oltre che punto di ottimizzazione per i trasferimenti verso la sede principale e per le spedizioni verso il centro e il sud. Si potrebbe dunque dire che, nell'ambito della nostra strategia commerciale, il mix di marketing dell'azienda si è ricaratterizzato con un ampliamento e approfondimento della gamma di prodotti e servizi logistici”.*

A QUALE TIPOLOGIA DI CLIENTI DESTINERETE QUESTI NUOVI SPAZI?

■ Il nostro segmento di mercato (cui offriamo strutture ad hoc ed esperienza trentennale) è senza dubbio quello del settore agro-alimentare. Infatti pur servendo e avendo servito come core business molti marchi leader del settore alimentare secco, abbiamo strategicamente deciso di diversificare per crescere, focalizzando la nostra attenzione verso il freddo e questo segmento quindi avrà senza dubbio un ruolo destinato a progredire grazie alla partnership con un noto marchio leader della GDO, per i dettagli ci sentiremo in un futuro non molto lontano.

QUALI SONO I SETTORI DI VOSTRA ATTUALE SPECIALIZZAZIONE? E QUALI NUOVI SETTORI VORRESTE ESPLORARE?

■ Alimentare secco, fresco e freddo nel-

l'ambito del quale assicuriamo una distribuzione capillare su tutto il territorio nazionale sia con la nostra flotta, che si aggira intorno ai 300 mezzi viaggianti, sia con i nostri partner. Tra le nuove opportunità, siamo attenti all'outsourcing logistico che le aziende della GDO stanno realizzando sempre più diffusamente. Abbiamo - attualmente e in passato - avuto importanti esperienze che hanno accresciuto il nostro know-how su questo ulteriore segmento di mercato logistico.

L'operatore punta a esplorare nuovi segmenti, in particolare quello legato all'outsourcing logistico della GDO

COME È ANDATO IL 2010 DI D'ALTERIO GROUP LOGISTICA E COME SI PRESENTA IL 2011?

■ Abbiamo ottenuto un + 40% di fatturato sul 2009, che si era chiuso a sua volta con un +30% sul 2008. Un dato che ci invoglia senz'altro a proseguire sulla strada intrapresa: investire nelle strutture e nei mezzi, nonché nelle risorse umane. Il 2011 si presenta roseo nelle aspettative, grazie all'aggressiva e



attenta gestione commerciale di colui che è stato il miglior investimento dell'azienda negli ultimi anni, ovvero il nostro direttore generale Alberto D'Agostino. Egli, acquisendo nuovi clienti, rimotivando e mantenendo alto il grado di soddisfazione fra gli attuali, ha messo in campo tutta la sua competenza ed esperienza logistica nel settore food, che è il frutto di una importante carriera manageriale di successo sviluppata in primarie aziende nazionali, tra le quali il famoso Pastificio Rummo di Benevento.

QUALI I VOSTRI OBIETTIVI A BREVE-MEDIO TERMINE?

■ Abbiamo un progetto ambizioso di consolidamento delle piattaforme campane in una struttura unica, più moderna e rispondente alla nostra nuova realtà aziendale, che vede crescere sia il parco autocarri che le risorse umane. Cercheremo, per quanto sia difficile, di mantenere il trend di crescita degli ultimi tre anni, avvalendoci del supporto delle nuove tecnologie e puntando decisamente sul percorso formativo del personale. La logistica oggi, secondo il mio modesto avviso, sta subendo una trasformazione e un'evoluzione che richiede l'impegno di imponenti risorse economiche e aumenta notevolmente il rischio legato a una scelta non in linea con le richieste del mercato a medio termine, pertanto puntiamo a consolidare il no-

stro know-how nel settore per potere meglio ponderare le scelte future.

COME SIETE STRUTTURATI A LIVELLO DI MAGAZZINI E DI FLOTTA DEGLI AUTOMEZZI?

■ Nasciamo a Villaricca a nord di Napoli con una struttura che è andata via via ingrandendosi fino a raggiungere gli attuali 50.000 mq distesi su una piattaforma a due piani con piazzale ed uffici. La nostra è un'azienda a guida familiare, oltre a me ci lavorano il fondatore, mio padre Antonio, mia madre Maria Luisa e mio fratello Carmine e siamo orgogliosi del nostro lavoro a cui dedichiamo, praticamente, l'intera giornata. La passione ci spinge a superare le difficoltà infrastrutturali e di sicurezza insite nel

territorio in cui operiamo, infatti quando se n'è presentata l'opportunità abbiamo subito aperto nuovi magazzini a Parete (Caserta), in una struttura di 10.000 mq, a Carinaro (sempre in provincia di Caserta) 20.000 mq suddivisa in due corpi di cui 3.000 a temperatura controllata di -27°. La nostra ultima apertura è stata Romentino (Novara) con una superficie di oltre 10.000 mq. Stiamo ampliando la flotta con nuovi autocarri per soddisfare la

domanda crescente. Per fine anno la nostra flotta sarà composta di oltre 450 mezzi tra motrici e trattori e oltre 300 semirimorchi.

QUANTO INCIDE LA COMPONENTE TECNOLOGICA NELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE?

■ Nel 2004 abbiamo iniziato ad operare con la radiofrequenza nella gestione dei magazzini, razionalizzando i flussi in entrata e uscita delle merci in conto deposito e adempiendo agli obblighi di legge che vedono il logista soggetto corresponsabile nel controllo di filiera, soprattutto nel comparto agroalimentare in cui operiamo. Oggi, nelle nostre celle magazzino stiamo introducendo le tecnologie "Voice" che permettono una più ampia manovrabilità all'operatore di magazzino e ciò si traduce in una più efficiente resa produttiva, abbattendo drasticamente

te i margini d'errore. Sul fronte trasporti grazie all'abbinamento delle tecnologie satellitari e gprs stiamo implementando, assieme alle software house nostre partner, l'esito in tempo reale delle consegne e la stampa dei documenti direttamente a bordo degli automezzi.

QUALI SOLUZIONI AVETE ADOTTATO PER FAR FRONTE ALLA CRISI ECONOMICA?

■ Sinceramente avendo sempre posto la massima attenzione sui principali centri di costo aziendali e avendo effettuato precedenti investimenti ci siamo ritrovati a raccogliere i frutti di tali sforzi in concomitanza con l'avvento della crisi economica, la quale - per nostra fortuna - si è in questo modo presentata come un'opportunità. Ci auguriamo di mantenere la stessa rotta ancora a lungo. ■

Tra i progetti futuri vi è anche il consolidamento delle piattaforme campane in un'unica moderna struttura



ECCO COSA DICONO LE PRINCIPALI LEGGI

Di tale tipo di gestione dei documenti vi è scarsa conoscenza, sebbene sia normata da varie disposizioni. Scopriamole assieme.

di **Antonio Lista e Alessandro Valenti**

Un tema molto sentito dalle aziende e su cui solo da pochi anni esse hanno iniziato ad investire, è quello dell'archiviazione elettronica documentale. In quest'ambito però, ancora una volta, vi è la scarsa conoscenza della materia, sia in ambito applicativo che normativo. E questo è il vero "freno" a uno sviluppo nell'adozione di queste soluzioni. Innanzitutto occorre fare un po' di chiarezza. La gestione elettronica documentale si può declinare in digitalizzazione (impiego diretto di informazioni e documenti digitali) e dematerializzazione (conversione di documenti cartacei in immagini e dati digitali).

A livello normativo, facendo un po' di storia, possiamo distinguere, cronologicamente, le seguenti fasi:

Prima fase normativa

■ L. 357/1993 – concetto di conservazione ottica sostitutiva dei documenti cartacei.

■ L. 59/19971 – (L. Bassanini 1): documento informatico.

■ DPR 28/12/2000 N 45 – testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa. Da questa prima fase si è passati dalla possibilità di effettuare la conservazione ottica sostitutiva fino ad un primo lodevole esercizio di riunire in un testo UNICO le norme relative alla dematerializzazione e digitalizzazione.

Seconda fase normativa

Recepimento della direttiva europea sulle firme elettroniche:

■ Decreto Mef del 23/1/2004 - assolvimento degli obblighi fiscali relativi ai documenti informatici.

■ D.L.vo 52/2004 – recepimento direttiva 2001/115/CE: fatturazione elettronica.

■ Codice dell'amministrazione digitale (D.L.Vo 82/2005) istituzione della PEC (posta elettronica certificata).

■ Importante attività d'interpretazione della normativa con rilevanza fiscale.

Questa seconda fase si può individuare col recepimento della direttiva europea sulle firme elettroniche. Queste ultime sia di tipo "avanzato" che "qualificato" (la firma elettronica rientra in quest'ultima categoria) garantiscono la connessione univoca al firmatario e la sua univoca identificazione. Grazie al decreto Mef del 23/01/2004 che associato alla delibera CNIPA 11/2004, ha consentito di iniziare a dematerializzare, e in alcune situazioni a digitalizzare, i documenti rilevanti ai fini tributari.

Terza fase normativa

■ Finanziaria 2008 (legge 244/2007) introduce l'obbligatorietà della fatturazione elettronica nei confronti della P.A.

■ Decreto Mef del 07/03/2008 – individuazione del gestore del sistema di interscambio per la FE.

■ D.L. 112/2008 – L. 133/2008 e D. Min. 9/7/2008 revisione della normativa sulla digitalizzazione dei libri del lavoro: Libro Unico.

■ Possibilità di digitalizzare i registri assicurativi. L'avvio del processo che obbliga ad emettere fatture elettroniche nei confronti delle P.A., ci si attende che dia forte impulso ai processi di digitalizzazione e renda più efficienti e trasparenti le attività della P.A.

Quarta fase Normativa

■ D.L. 29/11/2008 n. 185: L. 2/2009 che tra l'altro introduce:

- L'obbligo della PEC per aziende, professionisti e PPAA.

- La possibilità di portare in conservazione sostitutiva i documenti analogici "originali unici" senza l'uso del P.U.

- L'introduzione dell'articolo 2215-bis C.C.: formazione e tenuta con strumenti informatici di libri, repertori, scritture, documentazione obbligatori (in fase di modifica).

■ L. 69/2009 con numerose disposizioni, tra le quali:

- La delega del governo per la modifica

Fotolia.com



CHI SONO GLI AUTORI

Antonio Lista, ingegnere logistico, ha iniziato la carriera nel 1997 come responsabile studi e prevendita nel gruppo Progres poi diventato CSC Italia (consulenza e sistemi informativi in ambito logistico e supply chain management). Successivamente, una lunga parentesi come operational engineer in TNT Logistics. Account manager per la divisione logistic & retail nel gruppo Opera21 (consulenza e information technology). Attualmente consulente commerciale per aziende che si occupano di tecnologie digitali, e creatore con **Alessandro Valenti** del brand Digital Esse.

del Cad (codice dell'amministrazione digitale).

- L'obbligo di pubblicità legale dei provvedimenti amministrativi assolti con la pubblicazione nei siti informatici.
- I servizi informatici per le relazioni tra pubbliche amministrazioni e utenti (pubblicazione indirizzi PEC ed elenco processi automatizzati, ecc.).

Questa è la fase attuale, dove è stata estesa la possibilità di archiviazione sostitutiva anche ad altri documenti. I benefici sui processi aziendali derivanti da una corretta applicazione dei concetti di archiviazione elettronica documentale sono tanto più evidenti quanto più sono complessi i processi stessi. Lasceremo ai prossimi articoli di *Euromerci* la descrizione dei benefici, del calcolo del ROI e del pay-off relativo all'introduzione della gestione elettronica documentale in azienda, ma ci preme evidenziare che l'innovazione del proprio business passa attraverso l'implementazione di soluzioni in grado di ottimizzare i processi a vantaggio di un miglior uso delle risorse e di una riduzione dei costi. Tutto ciò in modo misurabile e quantificabile da dati oggettivi. Anche in questo caso la gestione documentale sta assumendo crescente importanza nelle imprese, anche se l'applicazione in ambito logistico è per ora limitata e vi sono ancora ampi margini di manovra. ■



GSE, da più di 35 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, a servizio della GDO e del pharma.

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
- Integrazione progettuale del Processo industriale
- Impegno contrattuale su prezzo, tempi o performance
- 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.



RIFLETTORI PUNTATI SULLA PREVIDENZA

Palazzo della Borsa ha accolto la prima edizione di una manifestazione il cui scopo è la diffusione della cultura previdenziale.

di **Antonio Vincenzi**

Palazzo Mezzanotte, sede storica della Borsa milanese, ha accolto a inizio maggio la prima giornata nazionale della previdenza sociale, evento interamente dedicato all'alfabetizzazione e alla diffusione della cultura previdenziale, organizzato da Itinerari previdenziali insieme a Prometeia. La kermesse meneghina è stata strutturata in due momenti: un mo-

mento espositivo, con la presenza di una settantina di operatori del settore previdenziale, enti pensionistici pubblici e privatizzati, fondi pensione, casse di assistenza sanitaria, banche, assicurazioni, ecc; un momento divulgativo con convegni, seminari e workshop.

Il tema della previdenza è cruciale, soprattutto per il futuro dei giovani. Rispetto alla media europea gli italiani sono meno informati sul sistema pensionistico, ma ne vorrebbero sapere di più. Solo poco più del 26% dei lavoratori ha aderito a un piano di previdenza complementare e i giovani, che ne avrebbero più bisogno, sono meno del 10%. Dalla due giorni meneghina è emerso come sia necessario muoversi per tempo per poter sostenere un sacrificio accettabile: per ottenere a settant'anni un'integrazione pari al 20% della retribuzione, un trentenne deve destinare all'investimento previdenziale il 2% del suo reddito; per un cinquantenne la percentuale sale al 15%. Le nuove generazioni avranno un trattamento pensionistico grosso modo pari alla metà del reddito lavorativo finale, sempre che abbiano una carriera lineare da dipendente, contro un'attuale copertura minima del 70%.

FASC (Fondo agenti spedizionieri e corrieri) ha partecipato attivamente all'evento, unitamente al fondo Previlog e ad altri fondi di previdenza del settore

dei trasporti e della logistica, Eurofer, Priamo e Prevair. FASC, infatti, è molto sensibile al problema della previdenza integrativa e alla necessità di proporre e offrire opportunità, anche per i lavoratori attualmente iscritti, naturalmente su scelta individuale, per costruirsi una propria previdenza complementare, magari utilizzando anche in parte una quota di quanto già accumulato presso la Fondazione. Il confronto è già avviato fra le parti sociali, anche se in parte rallentato dalle problematiche connesse alla situazione congiunturale del settore e alla difficile fase di rinnovo dei contratti nazionali di lavoro delle categorie interessate. Il problema resta però aperto, con tutta la sua urgenza.

Quanto a Previlog gli iscritti sono attualmente 8876, di cui il 79% sono maschi e il 21% donne, il 31,74% ha meno di 36 anni, il 38,77% ha un'età compresa fra 36 e 45 anni, il 24,46% fra 46 e 55 anni, il 4,95% fra 56 e 65 anni. Di tutti questi il 33,77% è già iscritto anche a Fasc. La crisi ha certamente rallentato la spinta all'adesione, che dovrà essere stimolata dalle parti sociali con nuove iniziative di divulgazione e promozione; peraltro sul rallentamento delle adesioni ha inciso anche la scarsa disponibilità di reddito; i fattori di crisi hanno invece incrementato il numero delle uscite anticipate, con liquidazioni e anticipazioni, per i lavoratori interessati da cassa integrazione. ■





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 worlds leading premium drinks company



FIEGE

The World of Logistics



quid
INNOVATION ITALY

3-4 NOVEMBRE 2011
CENTRO CONGRESSI
MILANOFIORI - MILANO

**INNOVAZIONE:
ICT, TRACCIABILITÀ
E SICUREZZA**



**QUID: 1° Salone dell'identificazione automatica
per l'innovazione dei processi e dei servizi in Italia**



www.qu-id.it

In concomitanza con il settore

ID WORLD
INTERNATIONAL CONGRESS

Organizzato da:

>>> wise media



Archivio Ceva

UN SETTORE 'CHIAVE' CHE SI APRE AL NUOVO

Quello della moda - nonostante le non tanto brillanti performance degli ultimi anni - è un comparto importante della nostra economia e, di conseguenza, della logistica. Che si è dovuta adeguare puntando in modo deciso su una crescente tecnologizzazione dei processi operativi, anche per rispondere con strumenti adatti a nuove forme distributive connesse alla diffusione, pure in Italia, dell'e-commerce.

di Alessia Furia



MARIO ARCAMONE
CEVA LOGISTICS ITALIA
Divisional director fashion
& Nord Est

Come è andato per la vostra sezione fashion il 2010 e quali i trend del 2011?

L'anno 2010 ci ha visti coinvolti in numerosi progetti di sviluppo e siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti. Grande impegno è stato profuso nel consolidamento e ampliamento di partnership storiche attraverso l'acquisizione di nuove attività e linee di prodotto, segno tangibile dell'apprezzamento dei clienti per l'eccellenza e l'efficacia delle nostre soluzioni logistiche. Nel 2011 puntiamo a rafforzare ulteriormente il ruolo giocato nel settore, che si basa sul riconoscimento di Ceva come un operatore capace di offrire servizi realmente integrati in un contesto globale.

Quanto incide la componente tecnologica? Cosa prevedete al riguardo?

Un progetto vincente deve includere una componente significativa di tecnologia e automazione. Questa è necessaria per affrontare le stagionalità tipiche del settore, minimizzando il ricorso a manodopera occasionale - di difficile reperimento e con esperienza e professionalità spesso necessariamente limitate - così come per rispondere in modo adeguato ai clienti in termini di efficienza di processo, tracciabilità e visibilità delle operazioni. Abbiamo sviluppato nostri sistemi che miglioriamo costantemente, con l'obiettivo di creare nuove soluzioni verticali "plug&play" complete e modulari, in linea con le soluzioni "smart" che contraddistinguono il nostro approccio.

Che ruolo sta svolgendo l'e-commerce?

L'abbigliamento è uno dei settori che sta registrando la crescita maggiore in termini di e-commerce: anche in un momento di forte crisi economica, le vendite online di abbigliamento hanno ottenuto risultati positivi. In particolare sta prendendo piede il fenomeno degli shopping club, delle vetrine temporanee in cui i prodotti sono disponibili con forti sconti. Inoltre moltissimi brand - se non tutti - hanno sviluppato il canale di vendita on-line. Grazie alla possibilità di comunicare in modo rapido ed efficace le informazioni, internet è veicolo di fidelizzazione (ad esempio, assistiamo alla costituzione di veri e propri fan club) e promuove anche la vendita tradizionale dei prodotti.



STEFANO MAGGIONI
FIEGE ITALIA
Branch manager
fashion division

Il 2010 ha evidenziato un calo dei volumi movimentati nell'ordine del 7%; tuttavia dopo anni di cali dell'intero settore fashion per il 2011 è prevista una crescita del 5% su base annua, che abbiamo già consuntivato nel periodo compreso tra gennaio e aprile.

La componente tecnologica è fondamentale, sia per le attrezzature necessarie in questo settore che per la rapidità e la precisione nella movimentazione dei prodotti. Un focus particolare è stato dedicato all'RFid che diventerà un elemento indispensabile per la movimentazione dei capi di abbigliamento.

Il nostro gruppo in Germania è leader nella logistica legata al settore e-commerce. In particolare nel comparto fashion abbiamo sviluppato un progetto e-commerce con uno dei nostri principali clienti, Esprit, che sta riscontrando un notevole successo. In Italia stiamo sviluppando progetti pilota che sosterranno la crescita dei prossimi anni. L'obiettivo è di creare negozi online in grado di raggiungere un nuovo settore di mercato. Anche se in Italia i volumi sono inferiori ad altri Paesi i primi segnali di risposta sono stati positivi.

>



NAV APRE OGNI GIORNO LE PORTE AL SUCCESSO DELLA VOSTRA LOGISTICA

Da oltre 45 anni collaboriamo con i più importanti operatori nel mercato della logistica. Il motivo è semplice.

www.nav-system.it

Progettiamo e Realizziamo, Celle Frigorifere Industriali, Magazzini Autoportanti e Isolamenti su misura dal DNA tutto italiano per aziende che considerano la *qualità* un elemento irrinunciabile.

Lo facciamo ogni giorno *innovando* e creando ambienti sempre più attenti al *risparmio energetico* ma soprattutto *rispettando i vostri tempi* perchè essere puntuali vuol dire essere *il partner ideale per i vostri progetti di logistica.*

UNIVEG
Cycle of Freshness



eurotrasporti



neologistico



Dole

DHL
Logistics Performance



INTERPORT CAMPANO

NAV
system
SISTEMI E SERVIZI

Via S. Tomaso, 1370 47521 Cesena - FC - ITALY
Tel +39 0547.350505 - Fax +39 0547 350500
info@nav-system.it





ADAMO RUFFO
GEFCO ITALIA
Sales & marketing manager

Come è andato per la vostra sezione fashion il 2010 e quali i trend del 2011?

Nonostante le sofferenze del settore fashion degli ultimi dieci anni, alcune aziende, soprattutto orientate alla “moda veloce”, hanno avuto trend positivi, espandendosi all'estero con l'apertura di nuovi punti vendita: Gefco ha operato nel 2010 fornendo sia servizi di trasporto in import dall'Estremo oriente che in export, specie verso Europa, Usa e Cina, registrando un incremento del fatturato. Per adeguarsi alle esigenze dei clienti, Gefco ha investito in sicurezza e rapidità, visto il valore spesso molto alto del prodotto e le necessità di raggiungere il mercato di destino in tempi rapidi. Nel 2011 ci aspettiamo un moderato trend positivo, specie per l'import dal Bangladesh e l'export verso gli Usa.

Quanto incide la componente tecnologica? Cosa prevedete al riguardo?

Il settore fashion è caratterizzato da un numero di referenze molto elevato e da un ciclo di vita dei prodotti sempre più breve: un'organizzazione informatica efficiente e tecnologicamente all'avanguardia è quindi fondamentale per rispondere, in tempi rapidi e con costi a capo contenuti, alle esigenze di un mercato in cui la tendenza è di presentare al pubblico numerose collezioni all'anno. La tecnologia informatica è di supporto indispensabile sia nell'ambito della gestione dei capi stesi, che appesi: in questo secondo caso poi, gli investimenti in gioco sono elevatissimi se l'intento è di affidarsi ai moderni sistemi sorter di smistamento automatico dei capi, altamente affidabili e veloci.

Che ruolo sta svolgendo l'e-commerce?

Dalle statistiche pubblicate dai più quotati siti di vendita on-line, la categoria abbigliamento e accessori risulta seconda come vendite solamente a quella di prodotti tecnologici. Considerata la continua tendenza allo sviluppo e all'utilizzo di internet da parte degli utenti, ci possiamo aspettare un ulteriore incremento delle vendite on-line di capi di abbigliamento e accessori, con conseguente aumento della richiesta di servizi logistici, soprattutto legati alle attività di magazzino e di consegna espressa.



FRANCESCO CAZZANIGA
GEODIS ITALIA
Presidente e amministratore delegato

Siamo in presenza di un settore oggi chiave per il gruppo Geodis in Italia grazie a collaborazioni storiche già presenti nel magazzino di Calderara di Reno (Bologna). L'acquisizione di BSL, avvenuta nel 2010, è stata un punto di svolta per lo sviluppo del settore. L'esperienza pluriennale che BSL ha trasferito in Geodis grazie alla collaborazione con il gruppo Industries (comprende i marchi Moncler, Marina Yachting ed Henry Cotton's, Cerruti 1881), ha permesso di sviluppare quel know how che si è dimostrato il valore aggiunto decisivo per la conclusione della trattativa con un marchio leader nell'e-commerce di prodotti fashion nel gennaio 2011 e più recentemente con Rifle a maggio 2011.

La componente tecnologica ha permesso di raggiungere obiettivi impensabili fino a pochi anni fa. Ne è un esempio il parco logistico di Castel San Giovanni (Piacenza), dove ha sede il fiore all'occhiello di Geodis nel settore fashion. Un magazzino disegnato e costruito per le specifiche esigenze di questo settore, grazie alla sinergia tra diverse tecnologie, permette alla piattaforma di gestire flussi superiori a 4.500.000 capi movimentati per servire più di 4.700 clienti in tutto il mondo. Lo stesso livello di affidabilità e di qualità riscontrato per la gestione della struttura e i servizi di logistica integrata si è reso necessario anche nell'area dei sistemi informativi di supporto ai processi.

I trend attuali mostrano che cresce l'uso di internet e degli smartphones e che gli utenti sono sempre più sicuri a utilizzare le proprie carte di credito online. Altro fattore degno di nota è che le aziende italiane stanno aprendo sempre più all'e-retail e all'integrazione tra piattaforme di e-commerce e siti istituzionali. Si può così visitare il sito del brand che più ci piace, vedere tutti i prodotti, leggerne le caratteristiche e acquistare online. >

MACROAREA LOGISTICA

COSTA di ROVIGO

MACROAREA PRODUTTIVA INTERMODALE E LOGISTICA

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

- Area che si estende per oltre 1.000.000 di mq. si colloca in uno dei hub infrastrutturali più strategici in vista del futuro sviluppo grazie al Corridoio 5 del fondo 341 ed a connessioni:
 - all'Autostrada A13 (Padova - Biadene) all'altezza del nuovo casello di Villamazza;
 - alla Superstrada Transpoviana (Rovigo - Venezia);
 - al nuovo tratto autostradale della "Valle del Sud" (Vicenza - Biadene).

L'area ha una spiccata vocazione logistica per la sua collocazione e per le infrastrutture alle quali è collegata in quanto oltre alle dotazioni stradali citate, dispone di un raccordo ferroviario nella tratta Biadene-Venezia, che sarà utilizzato per la realizzazione del terminal intermodale per il trasporto delle merci a rotale.



**COSTA
VILUPPO**

PER UN NORDEST A PORTATA DI MANO.

COSTA SVILUPPO SPA - Indirizzo: Galleria Brancaloni, 2 - PADOVA - 35100 Tel +39 049 767775 - Fax +39 049 767486
www.nordestsviluppo.com - www.vibremento.com



ALESSANDRO BURSESE
LAZIALE DISTRIBUZIONE
Direttore generale

Come è andato per la vostra sezione fashion il 2010 e quali i trend del 2011?

Il settore fashion, per quanto ci concerne, lo scorso anno è andato secondo quanto avevamo preventivato. Per quanto riguarda il 2011 siamo nel complesso moderatamente ottimisti, dal momento che prevediamo un incremento complessivo intorno al 5%.

Quanto incide la componente tecnologica? Cosa prevedete al riguardo?

Incide notevolmente, con una percentuale che è quantificabile in un 30% circa, permettendo di ottimizzare l'attività. Ulteriori investimenti tecnologici consentono una maggiore automazione con successiva e conseguente riduzione dei costi, argomento da sempre caro agli operatori, ma ancora più incisivo in tempi di crisi.

Che ruolo sta svolgendo l'e-commerce?

L'e-commerce sta avendo un incrementando sempre più significativo rispetto alla vendita tradizionale al dettaglio. In completa controtendenza con l'andamento generale caratterizzato dalla crisi dei consumi, questo settore è fonte di fatturati in crescita. Il mercato è esploso, in questi ultimi anni e dovrebbe continuare a crescere anche in futuro.



ALBERTO TAGLIABUE
UPS ITALIA
Country sales manager

Nel 2010 il fashion, che è uno dei mercati più importanti per UPS Italia, è tornato a macinare risultati positivi, trainando la crescita dei nostri volumi e ci aspettiamo che questo trend positivo continui per tutto il 2011 e oltre.

La tecnologia è apprezzata dalle aziende del settore moda, che non possono permettersi compromessi in termini di eccellenza e si devono poter affidare a un partner logistico efficiente, in grado di garantire consegne entro determinate tempistiche e di offrire il monitoraggio di ogni singolo pacco in tempo reale. Tra le soluzioni tecnologiche del portafoglio UPS più apprezzate, oltre ai numerosi gestionali delle spedizioni, ci sono UPS Paperless Invoice - il sistema di fatturazione elettronica che consente di effettuare tutte le operazioni di sdoganamento utilizzando dati in formato elettronico, anziché documenti cartacei - e i servizi dedicati alla "reverse logistics".

Il mercato dell'e-commerce è in crescita in Italia e in tutto il mondo. Come partner di importanti aziende del settore fashion osserviamo diversi approcci nell'utilizzo dell'e-commerce. Ci sono aziende come Yoox che fanno commercio elettronico puro e altre che ci hanno visto una possibilità per diversificare. Il gruppo Comei che produce piumini di alta gamma a marchio ADD e 313 ha visto nell'e-commerce un canale distributivo alternativo a quello dei negozi multibrand, mentre il retailer del lusso Giglio, molto forte in Sicilia, ha visto nell'e-commerce la possibilità di allargare la propria base di clienti, raggiungendo anche la clientela internazionale. ■

Integrated Materials Handling Solutions



Visione Metodo Competenza

SDI GROUP progetta, realizza e supporta sistemi di movimentazione e distribuzione integrata per il settore del Retail, GDO, Tessile, Multimedia ed @Commerce.

L'esperienza e la competenza del Gruppo pongono le specifiche esigenze del Cliente al centro dell'obiettivo progettuale.

SDI implementa e realizza soluzioni "chiavi in mano" ponendosi come unico referente per la totalità del progetto, sia nella fase progettuale che esecutiva.

- CONSULENZA E PROGETTAZIONE
- SOLUZIONI INTEGRATE "CHIAVI IN MANO"
- SORTER DI DISTRIBUZIONE
- SISTEMI DI MOVIMENTAZIONE
- STOCCAGGI AUTOMATIZZATI
- PROJECT MANAGEMENT
- INSTALLAZIONE E MANUTENZIONE

SDI...
GROUP

SDI GROUP ITALY S.R.L.U.
S.S. dei Giovi, C.so Genova 16/B - 35050 Carbonara Scrivia (AL) - ITALY
Tel: 011 893103 Fax: 011 893130 Web: www.sdi-group.it Email: info@sdi-group.it

"I CLIENTI VOGLIONO SERVIZI GLOBALI"

A sostenerlo è il direttore della divisione fashion di Ceva, che alla logistica della moda riserva 100 mila mq di superficie in nove impianti.

di **Giovanna Galé**



MARIO ARCAMONE

«**L**eccellenza operativa è un approccio trasversale alle attività di Ceva. Questo approccio, che ci guida anche nel settore fashion, in cui abbiamo una posizione di rilievo, ci permette di essere costantemente orientati al miglioramento delle performance per offrire alti livelli di servizio e soluzioni all'avanguardia. Nel dettaglio, il nostro approccio si fonda su alcuni pilastri fondamentali, tra i quali le "smart solutions", una gamma di processi consolidati e basati sull'esperienza, o il "lean", che mira alla sistematica eliminazione degli sprechi" esordisce così Mario Arcamone, divisional director fashion & nord est di Ceva Logistics Italia.

CHE TREND STANNO EMERGENDO NEL SETTORE FASHION?

■ Si sta evidenziando una sempre maggiore esigenza di collaborazione con

player che siano in grado di offrire servizi in un contesto globale, non solo gestendo le attività di trasporto, ma mettendo a disposizione hub attrezzati e destinati alla distribuzione dei prodotti finiti. Questo trend è particolarmente evidente nel Far East, in concomitanza con la crescita del mercato cinese e di quello indiano. Allo stesso tempo, però, l'aumento dei costi della manodopera nel Far East sta portando a riflessioni diverse e nuove per quanto riguarda la localizzazione degli impianti produttivi, con una particolare attenzione al Mediterraneo e all'Est Europa.

COME È STRUTTURATA LA VOSTRA DIVISIONE FASHION?

■ In Italia Ceva gestisce le attività logistiche dei clienti fashion in nove impianti con una superficie dedicata di oltre 100.000 mq dove ogni anno movimentiamo circa 50 milioni di capi e calzature. Posso citare tra gli altri il magazzino di Limena, dedicato alla gestione di prodotti stesi e appesi: qui abbiamo adottato una soluzione semi-automatizzata per lo stoccaggio dei capi appesi che si sviluppa su tre piani di altezza, l'intero impianto è dotato di radiofrequenza e l'identificazione della merce è realizzata mediante l'impiego di codici a barre e palmare. In questo modo possiamo garantire alle aziende fashion elevata flessibilità operativa, rapidità nello svolgimento delle attività e costante tracciabilità della merce.

COSA VI DIFFERENZIA DAI COMPETITOR?

Operiamo da molti anni nel settore e abbiamo sviluppato competenze specifiche nei vari segmenti. Abbiamo messo a punto una gamma di soluzioni come la gestione dei campionari e degli outlet, il trasporto di capi ad alto valore oppure la gestione dei resi invenduti di fine stagione. I clienti possono inoltre beneficiare di servizi a valore aggiunto come lo stiro, le riparazioni, il collaudo, il controllo qualità dei capi. Ceva riesce inoltre a coniugare il fatto di operare in molti settori con una competenza specialistica in ognuno: questo consente di trasferire i modelli di gestione e le soluzioni migliori tra i vari settori. L'eccellenza delle nostre soluzioni logistiche è

Archivio Ceva



riconosciuta da molte aziende del settore che hanno scelto di affidarsi a noi. Abbiamo di recente siglato un'importante partnership con Furla: l'azienda ci ha affidato l'attività di magazzino, la movimentazione, il confezionamento e le spedizioni dei prodotti, oltre che la gestione dei resi e una parte del controllo qualità. Nel nostro magazzino di Castel San Pietro Terme gestiremo ogni anno circa 2 milioni di pezzi tra borse, cinture, piccola pelletteria, scarpe, abbigliamento e orologi a marchio Furla.

IN CHE MODO CONCRETAMENTE AIUTATE LE AZIENDE DEL SETTORE NELLA LORO ESPANSIONE INTERNAZIONALE?

■ Il valore aggiunto di Ceva consiste nell'unire una presenza capillare a livello globale con una conoscenza dettagliata delle caratteristiche delle singole nazioni; a chi delocalizza offriamo supporto in tutte le fasi della supply chain, assicurando visibilità costante grazie ai nostri sistemi di Track & Trace.

CHE RUOLO POTETE GIOCARE NEL DARE UNA MANO ALLA PRODUZIONE MADE IN ITALY ALLE PRESE CON PROBLEMI DI CON-

TRAFFAZIONE OPPURE DI COMPETITIVITÀ INTERNAZIONALE?

■ Le aziende italiane che operano nel fashion sanno che affidarsi a noi significa poter beneficiare di soluzioni logistiche che migliorano l'efficienza della loro supply chain, assicurando un servizio puntuale ed eccellente, consentendo allo stesso tempo un'ottimizzazione dei costi. Il nostro obiettivo è progettare soluzioni personalizzate che soddisfino pienamente le richieste di ogni singola azienda aiutandola ad affrontare criticità e sfide del mercato.

QUANTO INVESTITE IN TECNOLOGIA PER QUESTO SPECIFICO SEGMENTO?

■ Un progetto vincente in questo settore deve includere una componente significativa di tecnologia e automazione per supportare l'azienda nell'affrontare le stagionalità tipiche del settore, mini-

mizzando il ricorso a manodopera occasionale. Investiamo costantemente per potenziare i sistemi informativi e per venire incontro alle esigenze specifiche di questo settore: il livello di informatizzazione richiesto deve infatti rispettare alcuni presupposti inevitabili come la scalabilità delle soluzioni adottate, la loro modularità e l'adattabilità con i dipartimenti ICT dei nostri partner. Cerchiamo quindi di implementare soluzioni efficienti e modulari.

OFFRITE SUPPORTO ALLE AZIENDE CHE SI SONO SPECIALIZZATE NELL'E-COMMERCE?

■ Si tratta di una modalità di vendita in grande crescita nel fashion. Conosciamo le dinamiche e le peculiarità dell'e-commerce anche grazie alla collaborazione, iniziata nel 2009, con Zerogrey, lo specialista europeo dell'e-commerce in full outsourcing, per il quale gestiamo lo stoccaggio di accessori, scarpe, gadget, borse e capi d'abbigliamento: le competenze che abbiamo acquisito nel fashion sono state uno dei fattori chiave che ci ha permesso di stringere questa importante partnership.

QUALI I VOSTRI OBIETTIVI A BREVE-MEDIO TERMINE PER QUESTO COMPARTO?

■ L'obiettivo nel prossimo futuro è rafforzare il nostro ruolo nel settore in Italia, fino a diventarne il punto di riferimento: siamo in grado di mettere a disposizione dei clienti una pluralità di competenze e soluzioni che difficilmente hanno eguali nel nostro Paese. Ad esempio, siamo in grado di pianificare le prese dei fornitori fino alla consegna dei materiali ai magazzini di servizio, grazie alla rigorosità con cui gestiamo i processi distributivi, all'expertise che abbiamo acquisito nel settore e alla nostra professionalità. ■

**L'e-commerce,
modalità
in grande crescita
nel settore moda,
figura tra
i segmenti serviti
dall'operatore**



IT, PRIMO TRIMESTRE AL RALLENTATORE

Dopo un 2010 in recupero, l'inizio del 2011 per il settore dell'Information Technology segna il passo, registrando un - 1,3%.

a cura della **Redazione**

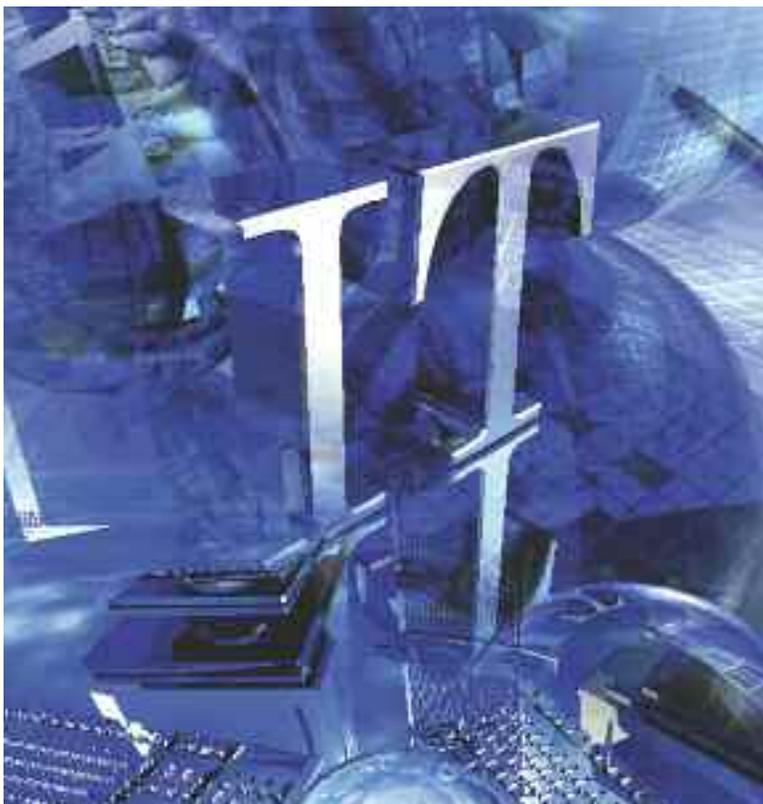
Pl'Information Technology italiana i primi tre mesi del 2011 hanno significato una battuta d'arresto rispetto al trend in recupero che il settore aveva fatto registrare nel 2010. Con un tasso del - 1,3%, infatti, la dinamica dell'It rimane negativa contraddicendo, al momento, le previsioni di una possibile ripresa nell'anno in corso. L'indagine congiunturale Assinform di fine aprile ha, infatti, evidenziato, rispetto a quanto rilevato a febbraio, un peggioramento degli ordinativi delle aziende informatiche, confermato da una netta riduzione della propensione agli investimenti in nuovi progetti It da parte delle imprese-clienti. *"E' questa una testimonianza preoccupante delle difficoltà a intraprendere la via dell'innovazione e della crescita di competitività, che ancora persistono nel sistema produttivo italiano, in particolare da parte delle Pmi"*. Così ha esordito il presidente di Assinform, Paolo Angelucci, nel presentare i risultati del Rapporto Assinform 2011, elaborato in collaborazione con NetConsulting. *"Tuttavia nell'orizzonte informatico italiano vanno colti alcuni segnali precursori di domanda innovativa in crescita"* - ha continuato Angelucci riferendosi alla tenuta del comparto software, che con una crescita di +0,4% registrata a fine marzo di quest'anno, è l'unico a essere tornato positivo. L'aumento della componente innovativa dei servizi di telecomuni-

cazioni, giunta a coprire ormai il 30% del totale, alimenta la domanda di nuove tecnologie informatiche. Infine il mercato del cloud computing che oggi vale 130 milioni di euro e nei prossimi due anni dovrebbe triplicare". *"Tutto ciò - ha precisato il presidente di Assinform - è il riflesso del processo di profondo cambiamento tecnologico che sta investendo l'intero mondo digitale, basato su una sempre maggiore integrazione fra infrastrutture avanzate di Tlc e innovazione It, le cui nuove opportunità vengono purtroppo percepite da un nucleo ancora troppo ristretto dell'economia e della società italia-*

ne. Il risultato è che la digitalizzazione del Paese si sviluppa a macchia di leopardo, creando zone di digital divide che tagliano fuori interi territori e ampie fasce di popolazione e ampliando il ritardo con il resto d'Europa".

Su questi punti i dati parlano chiaro. Se l'Italia sconta un ritardo complessivo nel processo di digitalizzazione rispetto alle medie dell'Ue27, al suo interno si rilevano importanti disparità territoriali. Per quanto riguarda le imprese che utilizzano la banda larga, la media italiana è dell'83%, collocando il Paese a metà classifica europea. Ma al

Foto:ia.com



suo interno si rileva che Calabria, Sardegna, Basilicata, Puglia, Molise e Trentino, col 77% si trovano nella parte bassa della classifica confrontandosi con Repubblica Ceca, Irlanda, Ungheria, mentre Piemonte, Liguria e Val d'Aosta con oltre 86% sono nella parte alta, allineandosi a Paesi come Germania, Regno Unito e Svezia. In generale l'Italia digitale si colloca al di sotto delle medie raggiunte dall'Ue27. "La declinazione dell'Agenda digitale europea in chiave nazionale è una strada che non può essere più elusa o rimandata - ha concluso Angelucci - In Italia abbiamo già casi di agende regionali che iniziano a essere implementate accanto alla totale o scarsa assenza di iniziativa in altre regioni. E' basilare valorizzare il ruolo delle Regioni nella digi-

talizzazione dei territori attraverso un' Agenda nazionale capace di rendere coerenti e omogenee le strategie regionali, su tre temi: sviluppo ed efficienza dei servizi pubblici, innovazione delle Pmi, sviluppo dell'infrastrutturazione a banda larga".

Il 2011 si presenta come un anno ancora difficile per l'economia italiana. L'andamento delle telecomunicazioni risente sia del protrarsi dei tempi per i nuovi investimenti infrastrutturali, sia del calo delle tariffe, dovuto a una concorrenza sempre più serrata. In questa direzione vanno i risultati rilevati nel primo trimestre 2011, con un calo del mercato TLC del 4,2% rispetto allo stesso periodo 2010. Diverso è il caso dell'IT. L'interesse al rinnovamento

delle dotazioni ICT e ai nuovi servizi sussiste, ma la correlazione con l'andamento del PIL frena. Il PIL nazionale infatti è cresciuto nel primo trimestre dell'1%. E sempre nel primo trimestre 2011, gli investimenti fissi lordi non sono cresciuti in Italia più dell'1,5%. Questo andamento ancora statico si è riflesso sul mercato IT, che nei primi tre mesi dell'anno è calato ancora dell'1,3%, trend che comunque è in attenuazione rispetto a quanto registrato nel primo trimestre 2010 su 1° trimestre 2009, quando il decremento era stato del 2,9%. La scomposizione della domanda rivela andamenti diversi, con l'hardware attestato a - 2,1% (-2,3% 2010/2009), il software +0,4% (-1,5%), i servizi IT -1,5% (-3,8%), l'assistenza tecnica -2,9% (-4,9%). ■



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

Vanderlande Industries: 60 anni di automazione per la logistica.

www.vanderlande.com



A NOVEMBRE AL VIA IL SETTIMO MATCHING

L'evento "b2b", organizzato da Compagnia delle Opere, ha visto nel 2010 la partecipazione di 2.300 aziende provenienti da 43 Paesi.

a cura della **Redazione**

Dal 21 al 23 novembre prossimi, presso fieramilano (Rho), si terrà la settima edizione di Matching, l'evento ideato da Compagnia delle Opere (CDO) per promuovere le relazioni di business tra gli imprenditori. L'anno scorso le 2.300 aziende partecipanti, provenienti da ben 43 Paesi, hanno dato vita a oltre 43.000 incontri b2b che, insieme con i convegni istituzionali e i cinquanta workshop di approfondimento tematico, costituiscono il cuore di una manifestazione focalizzata a diffondere la cultura delle reti tra imprese e ad aiutare gli operatori a individuare nuove prospettive di sviluppo e di crescita in Italia e all'estero.

Per l'edizione 2011 il trend dei partecipanti – che nell'arco delle prime sei edizioni ha visto quintuplicare il numero delle imprese presenti – è in ulteriore crescita. La formula di Matching si basa sulla programmazione degli incontri fra i partecipanti. Le aziende che aderiscono all'evento descrivono sul portale www.e-matching.it i prodotti e servizi offerti e le richieste al mercato. Dall'incrocio dei dati forniti dagli iscritti, grazie a un lavoro di preparazione svolto in sinergia con le 55 associazioni locali di CDO in Italia e all'estero, si ottiene

un'agenda di appuntamenti personalizzata per ogni azienda partecipante. Ogni impresa mette dunque in

Ogni impresa mette in rete le proprie esigenze e individua gli incontri più interessanti per il suo business

l'impresa.

Per la settima edizione è prevista la suddivisione degli stand dei parteci-

pani in saloni tematici – agroalimentare, edilizia, energia-ambiente e sostenibilità, logistica, meccanica, sanità e innovazione – rappresentativi di oltre venti differenti settori merceologici. Durante i workshop, molti dei quali saranno dedicati al fondamentale tema dell'internazionalizzazione, le aziende avranno l'opportunità di presentarsi e di svolgere dimostrazioni pratiche, comunicando con un pubblico selezionato e particolarmente interessato. E' indubbio che lavorare insieme per consolidare la propria attività o per approdare ai mercati esteri è uno dei fattori decisivi per il futuro delle aziende italiane. A Matching, tutto ciò si sviluppa a partire da un valore fondamentale. ■



OLTRE 43 MILA GLI INCONTRI "B2B" DELLA PASSATA EDIZIONE



Tecnica

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

Flessibilità

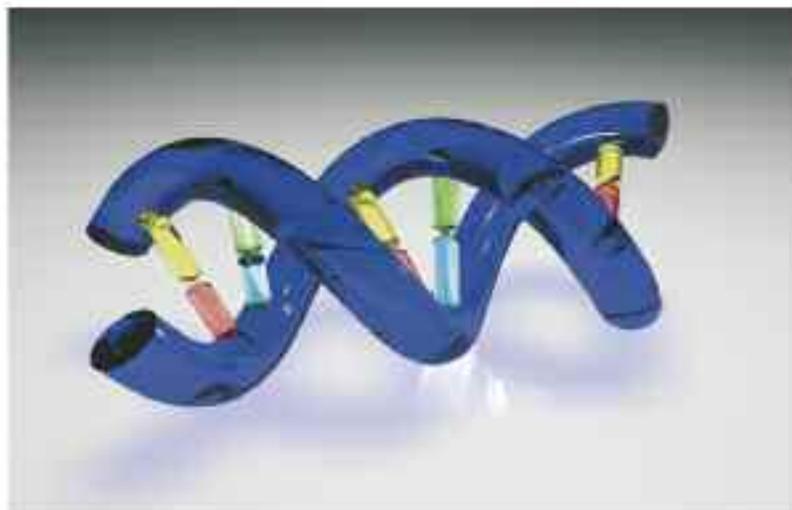
Il forte orientamento al Cliente assicura il continuo miglioramento dei processi e delle performances.

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

MULTI-PROFONDITÀ PER IL BIG DEI REGALI

L'azienda, che assembla cesti e scatole regalo per la GDO, ha realizzato un sito logistico-produttivo, tutto in RF, dove concentra gestione delle materie prime e preparazione dei prodotti finiti.

di **Sara Perotti**

Drink International S.p.A. nasce a Torino nel 1973 come azienda a conduzione familiare. Inizialmente operante nel settore del 'corporate gift' (realizzazione di cesti di prodotti alimentari con vendita principalmente rivolta a imprese), a partire dagli anni '90 si afferma anche nel mondo del largo consumo, rifornendo con i propri prodotti supermercati e punti vendita. Ad oggi, con un fatturato al 2009 pari a 28,5 milioni di euro e un mercato in crescita, è leader nel settore delle confezioni regalo e si è specializzata nel servire esclusivamente il canale GDO attraverso il proprio brand "Regalidea", offrendo un catalogo completo di oltre 150 referenze che variano per ciascuna insegna. Fino a tre anni fa l'azienda sviluppava internamente il solo 'core business' (assemblaggio di cesti in arrivo da fornitori del Far East e materie prime tipicamente provenienti da fornitori italiani) e affidava in outsourcing tutte le attività di magazzino. Nel 2007, a fronte di un significativo e progressivo aumento dei flussi gestiti (sono attualmente oltre 50.000 i pallet in uscita nel solo picco invernale di ottobre-dicembre), l'azienda ha deciso di riprendere al proprio interno le attività logistiche e di avviare la costruzione di

un nuovo sito, in cui realizzare contemporaneamente la gestione del magazzino e le fasi di assemblaggio dei prodotti finiti.

La struttura viene servita da quattro trasloelevatori, completi di dispositivo a satellite

a 16.500 m2. Si avvale di un personale di 13 dipendenti - che salgono ad oltre 300 nei periodi di picco di settembre-dicembre - e garantisce un'operatività giornaliera di 8 ore, che diventano 24

su tre turni di lavoro nei periodi di picco. All'interno del nuovo stabilimento l'azienda ha implementato un magazzino automatico porta-pallet con scaffalatura multi-profondità autoportante, servito da 4 trasloelevatori completi di dispositivo a satellite. La scelta di un magazzino automatizzato di questo tipo nasce dalla necessità di poter gestire in uno spazio compatto lo stoccaggio e il prelievo sia delle materie prime in arrivo dai fornitori, sia dei prodotti finiti (cesti finiti e imballati) in uscita dalle linee di assemblaggio. L'obiettivo è inoltre quello di garantire elevata flessibilità, con possibilità di gestire eventuali modifiche degli ordini cliente fino a poco prima del lancio del prelievo, e ridurre nel contempo i rischi di danneg-



giamento dei materiali rispetto alla soluzione precedente, caratterizzata da multiple movimentazioni.

Il sistema è stato realizzato con il supporto del Ferretto Group (si veda riquadro del fornitore qui a lato); esso è interamente supportato dalla gestione in radio-frequenza e coordinato dal WMS (Warehouse Management System) di magazzino. L'impianto automatizzato copre una superficie di circa 5.000 m². Esso è caratterizzato da una potenzialità ricettiva complessiva pari a 21.280 pallet e, all'interno dei suoi canali multi-profondità (sono 7 i posti pallet per ciascun canale), è in grado di ospitare sia le 150 referenze a catalogo (prodotti finiti) che le oltre 500 differenti materie prime che alimentano le cinque linee di assemblaggio. Il sistema si compone di 4 corsie di lavoro che si sviluppano su un'altezza utile pari a 25,5 m in 9 o 10 livelli in altezza, a seconda della diversa tipologia di UdC stoccate (europallet con base 800x1.200xh = 1.850/ 2050/ 2300 mm; peso massimo 1.000 kg). In ciascun corridoio opera quindi un trasloelevatore dotato di dispositivo a satellite (potenzialità di movimentazione pari a 25 cicli combinati/ora per mac-



CHI È IL FORNITORE DELLA SOLUZIONE

Ferretto Group è ad oggi costituito da 7 realtà che, con le loro specializzazioni e la propria autonomia operativa, sono in grado di affrontare le più disparate esigenze nel mondo del "material handling" di magazzino. **Armes SpA** è la capogruppo: operante dal 1956 in Italia e all'estero, è specializzata nella produzione di scaffalature atte a realizzare sistemi di magazzino e archiviazione. Grazie all'ampia gamma di prodotti e di competenze acquisite in oltre cinquant'anni di attività, è in grado di proporre un servizio completo: dall'individuazione dei fabbisogni alla progettazione e installazione di sistemi completi ed integrati, anche nel caso di esigenze particolarmente sofisticate. **Promag SpA**, entrata a far parte del gruppo nel 1997, porta la sua già consolidata esperienza nel settore degli impianti automatici. La gamma delle soluzioni disponibili e i numerosi impianti realizzati in diversi settori merceologici per aziende di prestigio, nazionali e internazionali, le consentono di poter essere considerata tra i principali operatori nel settore dell'automazione di magazzino. **Bertello**, azienda con oltre 100 anni di storia durante i quali si è imposta progressivamente sul mercato nazionale e internazionale come leader nella progettazione e costruzione di sistemi per l'archiviazione. Del gruppo fanno parte inoltre **Egeria** (specializzata nella realizzazione di software di supervisione di magazzino - WMS), **Archimede Ingegneria** (si occupa di ingegneria civile e impianti tecnologici), **Euclide** (si occupa di progettazioni meccaniche) e **Armes Maini** (localizzata in India, produce scaffalature per il mercato locale).

china). Gli ingressi e le uscite delle UdC dal magazzino automatico sono attualmente effettuati mediante l'impiego di transpallet elettrici con uomo a bordo. Per ciascun corridoio vi sono attualmente una postazione per gli ingressi al magazzino automatico, ubicata in prossimità delle isole di assemblaggio, e una per le uscite dal magazzino automatico, prossima all'area di carico dei mezzi.

Le operazioni di stoccaggio e movimentazione sono coordinate dal WMS, che è integrato con il software che sovrintende il magazzino automatico. Come anticipato, il magazzino ospita sia le

materie prime in ingresso dai fornitori, sia i pallet di cesti finiti in uscita dalle linee di assemblaggio (la produzione è su base previsionale, con successiva messa a stock). La logica di allocazione degli articoli ai vani è stabilita in primo luogo in base alla loro tipologia (esistono aree pre-assegnate per materie prime e prodotti finiti); secondariamente, l'assegnazione delle ubicazioni è effettuata in funzione dell'altezza del pallet da caricare a sistema. Il sistema procede inoltre ad allocare i pallet in modo che ciascun canale sia mono-referenza (tranne casi particolari dettati da esigenze di spazio) e mono-lotto; il software inizia >

**VEDUTA GENERALE DELL'IMPIANTO
DI SETTIMO TORINESE (TORINO)**



A SINISTRA, PARTICOLARI DELL'IMPIANTO AUTOMATIZZATO SERVITO DA TRASLOELEVATORE E DISPOSITIVO A SATELLITE; A DESTRA, ALCUNI PARTICOLARI DEL SITO DI DRINK INTERNATIONAL

a completare i canali già parzialmente occupati, ove presenti, o in alternativa allocando nuove postazioni. Al fine di evitare eventuali rischi di ritardo, la giacenza di ciascun codice prodotto, salvo particolari casi, viene inoltre ripartita uniformemente in tutti e quattro i corridoi, in modo tale che ogni articolo sia sempre disponibile per il prelievo anche in caso di eventuali manutenzioni di porzioni di impianto. Il software è infine dotato di un modulo che, durante le ore notturne e nei fine settimana, provvede a riallocare la merce così da ottimizzare l'occupazione dello spazio e ricompattare i canali parzialmente svuotati.

Oltre allo stoccaggio dei prodotti, il sistema automatizzato permette di realizzare anche le attività di prelievo: da un lato, di materie prime per alimentare le linee e, dall'altro, di pallet di prodotti finiti per allestire gli ordini cliente (tipicamente pallet interi, con mediamente 20-50 cesti per pallet). La logica

è di tipo LIFO (Last In First Out) a 'svuotamento di canale'. Tutte le movimentazioni all'interno del magazzino automatico sono realizzate mediante l'ausilio del dispositivo a satellite: quest'ultimo consente il prelievo e lo stoccaggio dei pallet muovendosi all'interno dei canali multi-profondità. Nel complesso, l'impianto automatizzato gestisce circa 300 pallet in uscita al giorno durante la bassa stagione, che arrivano a

Fra i principali benefici ottenuti dall'azienda vi è pure una generale ottimizzazione delle operations

1.500 durante il picco natalizio. Per quanto riguarda gli ingressi, sono mediamente 300-400 i pallet/giorno di prodotti alimentari che arrivano dai fornitori italiani e 90 quelli provenienti dai fornitori del Far East. A questi si aggiungono mediamente 300 pallet/giorno di prodotti finiti (nel caso di piena operatività di tutte e 5 le linee di assemblaggio) che dal reparto

di produzione sono inseriti nel magazzino automatico.

Si è presentato il caso di un'azienda che assembla cesti e scatole regalo per il canale GDO. I crescenti flussi hanno portato la società alla realizzazione di un nuovo sito logistico-produttivo, in cui concentrare la gestione delle materie prime e l'assemblaggio dei prodotti finiti. L'impianto, interamente supportato da radio-frequenza e coordinato dal WMS, si completa con un magazzino automatico multi-profondità con 4 trasloelevatori e dispositivo a satellite. La soluzione implementata ha finora mostrato di essere dotata della flessibilità richiesta. Fra i principali benefici, l'azienda ha rilevato una generale ottimizzazione delle operations – una significativa riduzione in termini di movimentazioni e danneggiamenti alla merce, con conseguente incremento della qualità del prodotto sul punto vendita – accompagnata da una riduzione del "lead time" di consegna e una maggiore flessibilità nei confronti del cliente. ■

quando
**P'affidabilità
è tutto**

**Mitsubishi per
l'imprenditore che pensa
anche a domani**

Un carrello elevator Mitsubishi è una scelta per il futuro. L'affidabilità proverbiale diventa un supporto vero per le vostre attività, sia grande che piccola.

Perché per avere il carrello Mitsubishi c'è una rete di concessionari esperti e preparati. Inoltre sono supportati dall'importatore Degrocar, una azienda che nel campo della movimentazione intensiva ha guadagnato i suoi meriti.

Tutte queste persone hanno un obiettivo in comune: voi il vostro business. Il sempre al centro delle nostre attività. Finanziamenti a tasso 0, leasing, noleggio a lungo e breve termine, programmi di manutenzione, l'assistenza della garanzia, ricambi entro 24 ore, carrelli nuovi oppure usati, queste sono solo alcune delle nostre proposte per aiutarvi.

Oggi e domani.



Numero Verde

800 264 603

Oppure visita
mitsubishicarrelli.com



DEGROCAR
insieme possiamo

Degrocar S.r.l. Importatore Italia

www.italydegrocar.it • www.mitsubishicarrelli.it
www.24h24h.it

Qualità | Affidabilità | Value for Money

MITSUBISHI
FORKLIFT TRUCKS

LA FILIERA INTRAVEDE UN FUTURO POSITIVO

Dall'Osservatorio economico Ipack-Ima emergono per il 2011 stime e aspettative di crescita da parte delle aziende del settore.

di **Maddalena Tufarulo**

L'appuntamento con la prossima edizione di Ipack-Ima (28 febbraio - 3 marzo 2012), fiera d'eccellenza internazionale per il packaging e la logistica interna, è stato anticipato dalla presentazione dell'Osservatorio economico Ipack-Ima, finalizzato ad analizzare la filiera delle imprese legate alla manifestazione stessa. I risultati sono relativi al secondo semestre 2010 e alle previsioni sul primo semestre 2011 sull'andamento della filiera tecnologica per l'industria manifatturiera in Italia.

Da essi è emerso un generale clima di fiducia nello sviluppo dell'economia. Infatti, il secondo semestre 2010 sembra esserci chiuso con una stima di aumento del fatturato totale da parte del 38% delle imprese del campione, e una percentuale sempre elevata (33%) di aumento delle esportazioni, in presenza di una stabilità occupazionale dichiarata da più dell'80% delle imprese.

L'analisi si basa su un campione di 79 aziende, medie, piccole e micro, che occupano circa 3000 addetti e fatturano circa 700 milioni di euro. Si tratta di aziende accomunate dall'essere presenti nella produzione di macchinari, tecnologie, materiali e servizi destinati a processing, packaging e movimentazione industriale, grazie ad un'impo-

stazione che classifica le aziende in base ai "settori di destinazione" dei prodotti. In sostanza, l'oggetto dell'Osservatorio non è solo il settore della meccanica strumentale, bensì l'intera filiera industriale. "Del resto Ipack-Ima si è accresciuta e dalla sua nascita, nel 1961, ad oggi - ha dichiarato Guido Corbella, AD di

I risultati dell'indagine sono relativi al secondo semestre 2010 e alle previsioni dei primi 3 mesi 2011

Ipack-Ima Spa - ed è passata da semplice fiera di settore a fiera di sistema, in grado di proporre soluzioni integrate per la gestione del prodotto e di rivolgersi a più settori di sbocco dalle carat-

teristiche e dinamiche differenti. E, in vista della prossima edizione, abbiamo messo a punto tre strumenti con possibilità di interazione: focus group, ovvero tavoli periodici di consultazione, social network per ogni business communities e, infine, l'Osservatorio economico. Obiettivo: riuscire a coniugare i vantaggi di una fiera di sistema con l'efficacia commerciale".

A Giampaolo Vitali, responsabile dell'Osservatorio e ricercatore del Ceris-CNR, il compito di delineare in maniera analitica il sondaggio, al centro del quale ci sono le otto business communities individuate, ovvero beverage, chemicals/industrial & home, confectionary, dairy, grain based food - GBF, health & personal ca-

LE ASPETTATIVE NEL PRIMO SEMESTRE '11

		Macchinari	Materiali/ Imballaggi
Fatturato	Diminuzione	6,3	12,8
	Stabile	44,1	37,2
	Aumento	49,6	50,0
	Totale	100,0	100,0
Export	Diminuzione	4,7	11,1
	Stabile	52,8	46,3
	Aumento	42,5	42,6
	Totale	100,0	100,0
Occupazione	Diminuzione	2,5	0,0
	Stabile	76,3	80,0
	Aumento	21,2	20,0
	Totale	100,0	100,0

re, fish & meat, vegetable & fruit. Confrontandole nel periodo di riferimento preso in esame, si evince come, nel 2010, siano state fish & meat, beverage e GBF a stimare maggiormente l'aumento del fatturato, con le esportazioni che, nello stesso periodo, sono cresciute nelle imprese di GBF, beverage e health & personal care. Dai dati della ricerca si nota poi che un quinto delle imprese di beverage e GBF ha persino aumentato l'occupazione. Riguardo il 2011, le aspettative di crescita sono diffuse in modo quasi omogeneo in tutte le singole business communities, per l'occupazione.

Alcune importanti differenze appaiono analizzando trasversalmente i due macrosettori, macchinari e materiali/

**A crescere sono
in particolare
alcuni settori,
come il beverage,
dove è pure
aumentata
l'occupazione**

imballaggi. Da questo punto di vista emerge che la congiuntura di fine 2010 sia percepita in modo molto positivo dal settore dei materiali/imballaggi, al cui interno la metà delle imprese ha avuto una crescita del fatturato e il 40% ha aumentato le esportazioni; al contrario, nel comparto dei macchinari i dati positivi riguardano solo il 30% circa del-

le imprese. In tutti i comparti la ripresa è stata accompagnata da una sostanziale tenuta dell'occupazione. Questa differenza scompare nelle stime sull'anno in corso: tanto i macchinari quanto i materiali/imballaggi mostrano aspettative di crescita del fatturato, delle esportazioni e dell'occupazione che sono molto simili e positivi. Riguardo al 2011, circa la metà delle imprese prevede un aumento del fatturato nel corso dei primi sei mesi dell'anno, mentre solo il 9% del campione ne ipotizza una riduzione e il 41% delle imprese ha aspettative di sostanziale stabilità. Per quanto concerne le esportazioni, le aspettative positive trovano conferma anche nell'anno in corso, con un saldo nettamente positivo tra le imprese che si attendono un aumento del fatturato estero (il 43% del totale) e quelle che ipotizzano una riduzione (7%) dell'export nel corso del primo semestre 2011, con la testimonianza di aspettative di sostanziale stabilità da parte di metà delle imprese. Infine, rispetto all'evoluzione dell'occupazione, per il 2011 si mostra una stabilità del personale nei tre quarti delle imprese e un netto prevalere delle ipotesi di crescita occupazionale rispetto a quelle di calo (21% nel primo caso, contro il 2% del secondo). ■



**LA LOGISTICA È DA
VENTI ANNI
IL NOSTRO MESTIERE**

TRADIZIONALE | FARMACEUTICA | PROMOZIONALE | TRASPORTI

CORMANO CINISELLO B. S. S. GIOVANNI DESIO

COLUMBUS
SERVIZI LOGISTICI

www.columbuslogistics.it

"ECOBONUS? SPERO SIA STRUTTURALE"

E' quanto sostiene l'AD di Rete Autostrade Mediterranee in merito a questo strumento, che reputa pure un volano di integrazione.

di **Giovanna Visco**



TOMMASO AFFINITA

Eormai prossima alla fine l'attesa di RAM, Rete Autostrade Mediterranee SpA, per la pubblicazione del bando comunitario di assegnazione per lo studio di fattibilità dell'ecobonus europeo, che ne dovrà designare un modello operativo per fine anno. La società, di proprietà del ministero dell'Economia e delle Finanze finalizzata allo sviluppo delle Autostrade del Mare (AdM) e dell'intermodalità sostenibile, si è preparata a questa scadenza già da tempo e con buone chance di aggiudicazione, perché la misura è italiana e "RAM è l'unico soggetto in Europa ad averne l'esperienza di gestione operativa. Auspicio che l'ecobonus non solo possa diventare strutturale, perché incentivando l'utenza e non gli armatori non è distorsivo della concorrenza, ma che sostenga an-

che il reticolo di AdM verso gli altri Paesi mediterranei per l'integrazione di tutta l'area. Le AdM possono essere strumenti di prosperità e pace per la gente" sottolinea Tommaso Affinita, recentemente riconfermato AD della società per il prossimo triennio, insieme al presidente Giampaolo Cogo. A livello europeo, dopo la partnership con gli altri Paesi per l'elaborazione dei master plan per i quadranti orientale e occidentale del Mediterraneo, nei prossimi due anni RAM è impegnata con un proprio portafoglio di 5 milioni di euro su vari progetti comunitari, tra cui quelli sulle applicazioni ICT e sullo sviluppo delle AdM nel corridoio adriatico richiamandone "la centralità dei porti NAPA e di Ancona - commenta Affinita - Sono molto contento di tutto questo, perché dimostra che il marchio RAM ha raggiunto una propria credibilità in Europa; e credo che, attraverso la portualità mediterranea, possa anche contribuire a valorizzare la logistica italiana. Il Piano della Logistica sotto questo punto di vista è positivo, ma speriamo che il Governo mobiliti le risorse finanziarie necessarie all'attuazione".

Sul piano nazionale, RAM è soprattutto il gestore operativo dell'ecobonus, la misura per il trasferimento sul territorio nazionale dalla strada al mare di quote significative di traffico commerciale pesante italiano e comunitario, diventata best practice europea per la

riduzione di CO2 e del congestionamento/incidentalità stradale. In sostanza, consiste in un rimborso, variabile dal 28 al 30%, del costo esterno al tutto gomma pagato dalle imprese di autotrasporto che effettuano almeno 80 viaggi su tratte marittime riconosciute dall'incentivo in alternativa a quelle stradali. La conseguenza diretta è stata la crescita delle Autostrade del Mare, in termini di capacità di stiva, di frequenza e di varietà dei relativi itinerari marittimi cabotieri che oggi ammontano a 35, amplificandone l'attrattiva, attestata anche dalla crescita dell'entità degli importi delle pratiche gestite da RAM, che singolarmente raggiungono ecobonus fino a 3 milioni di euro calcolati su volumi di affari spostati al mare da singole imprese di autotrasporto anche di 10 milioni. Nel triennio 2007-2009 sono stati erogati a favore di questo modello ambientalmente sostenibile 170 milioni, sottra-

Archivio Gefco



endo dalla strada circa 1.500.000 di TIR. Per il 2010 le istruttorie sono in via di conclusione, ma il finanziamento, rispetto al 2009, è stato dimezzato a 30 milioni, anche se per Affinità è ancora possibile l'auspicio che "si possa aumentare le disponibilità nel corso dell'anno". Questa drastica riduzione agirà sugli importi riconosciuti, col rischio reale di aumentare il numero di mezzi pesanti in circolazione su autostrade e strade, soprattutto delle imprese già utenti delle AdM, ma non ancora organizzate per fruirne strutturalmente, e di quelle che potrebbero iniziare un approccio.

In linea con quanto indicato dal governatore della Banca d'Italia Draghi sulla necessità di operare tagli pubblici non orizzontali, l'ecobonus, che peraltro necessita di risorse piuttosto modeste, incide direttamente non solo in superficie, sulla riduzione dei costi sociali per le esternalità - inquinamento atmosferico e acustico, congestione, incidenti stradali, che come diffuso da Ania Federtrasporto su fonte ACI Istat, per il solo 2009 il 6% (circa 13.000) degli incidenti stradali ha riguardato mezzi pesanti, coinvolgendo oltre 25.000 veicoli e provocando il 6% delle vittime (254 morti) e oltre il 3% dei feriti (10.453 persone) - ma anche sulla cultura di impresa e sugli elementi di

C'E' ANCHE IL FERROBONUS

RAM gestisce operativamente anche il ferrobonus, con una dotazione 25,7 milioni di euro complessivi, per il trasporto intermodale strada-ferro, rivolto alle imprese-clienti di servizi di trasporto combinato e/o trasbordato con treni completi nel periodo ottobre/ottobre-2010/2011. Il 5 marzo scorso si è conclusa la prima fase dell'istruttoria per la quantificazione complessiva dei treni/km ammontati a circa 37 milioni e prodotti da 94 richieste (di cui 14 di imprese estere) complessivamente presentate. Il contributo, che avrà come base di calcolo un tetto non superiore ai 2 euro a treno/Km, si quantificherà sul rapporto tra disponibilità di cassa e totale complessivo del chilometraggio realmente effettuato su quello previsto, che una volta completate le verifiche sulla sussistenza e sul mantenimento dei requisiti previsti dalla normativa, potrebbe determinare una variazione del saldo spettante a chi ha richiesto l'anticipazione del 20% del contributo dietro garanzia fideiussoria (16 le polizze fideiussorie pervenute).

EURO EROGATI IN TRE ANNI

Ecobonus	2007	2008	2009*
Rotte nazionali	31.061.691	44.514.869	45.636.341
Rotte comunitarie	14.596.380	18.464.401	15.442.306
Totale generale	45.658.071	62.979.271	61.078.647

Ecobonus triennio 2007-2009*

Euro 169.715.989

** i dati dell'annualità 2009 sono stimati*

responsabilità sociale che aumentano le capacità di autoriduzione dell'impatto ambientale delle singole imprese di autotrasporto. Sempre di concerto col ministero dei Trasporti, RAM gestisce operativamente anche le risorse (che coprono fino al 50% delle spese ammissibili) per la formazione professionale e l'aggregazione imprendito-

riale del settore. Due nervi scoperti dell'autotrasporto merci conto terzi, che conta circa 190.000 imprese iscritte all'Albo, confermati anche dai dati estremamente modesti sulle prime risposte ai provvedimenti. Basterebbe dire che la gran parte dei 16 milioni stanziati è stata già ridestinata agli stessi scopi con nuovo decreto. Per la formazione professionale su 213 istanze presentate, 161 sono risultate finanziabili ma solo 121 hanno presentato le necessarie rendicontazioni per la valutazione della Commissione, di cui 88 già positivamente vagliate per un importo complessivo di circa 4 milioni euro. Ancora più limitata la risposta all'incentivo per i processi di aggregazione imprenditoriale. Infatti su 10 istanze pervenute complessivamente, solo 6 sono risultate idonee per un valore complessivo di circa 70 mila euro. ■



MAERSK PUNTA SU GENOVA E TRIESTE

Lo fa lanciando doppi scali settimanali per servizi alla volta di destinazioni strategiche quali Estremo Oriente e Stati Uniti.

di Angelo Brandinali

Maersk Line lancia un doppio scalo settimanale nel porto di Genova per i servizi dall'Estremo Oriente e per gli Stati Uniti. *"E' solo l'ultimo, significativo passo in un'ottica di potenziamento dei nostri servizi in Italia e del miglioramento della customer experience"* - dichiara Todd Pigeon, amministratore delegato Maersk Italia - *"Stiamo lavorando a stretto contatto con la nostra clientela, infatti, con lo scopo di diventare la compagnia marittima con la quale è più facile fare business in assoluto"*. A

marzo Maersk Line aveva affiancato al consolidato WestMed, il servizio Med-Gulf per gli Usa, raddoppiando gli scali settimanali da Genova e Livorno per la costa orientale degli States (Newark, Norfolk, Savannah, Port Everglades) e del Golfo del Messico (New Orleans, Houston). Dal 21 aprile, inoltre, al tradizionale servizio AE11 (reso più breve di un giorno in import) si è aggiunto il servizio AE15 che garantisce un collegamento diretto da tutte le principali origini del Far East (inclusi tre porti in Cina - Ningbo, Nansha, Xiamen, un porto in Corea del Sud - Kwangyang, e uno in Vietnam - Vung Tau), oltre ai più importanti porti della Cina e del Sud Est Asiatico. Il primo doppio scalo a Genova è avvenuto nella prima settimana di maggio sia per il servizio AE11 che per il servizio AE15. A gennaio, infine, Maersk aveva

rivisto il servizio AE12, che collega settimanalmente l'Estremo Oriente al Nord Adriatico, con scali diretti a Trieste, Koper e Rijeka, aggiungendo una seconda chiamata a Trieste. Così facendo Trieste è diventato il primo porto di sbarco in import e l'ultimo in export, con conseguente decisivo miglioramento dei transit time in entrambe le direzioni. Sul versante delle so-

La compagnia è impegnata sul versante ambientale; è tra i leader nel combattere le emissioni di CO2

luzioni eCommerce, Maersk Line offre servizi flessibili e affidabili (online booking, tracking, schedule e documentazione). Il vettore si pone come leader per l'efficienza ambientale: garantisce infatti una riduzione notevole delle emissioni di CO2 delle soluzioni logistiche e supply chain dei clienti. ■

CHI È MAERSK LINE

È una compagnia di navigazione del Gruppo A.P. Møller - Maersk. Vanta una flotta di oltre 500 navi - di cui oltre 200 di proprietà - comprensiva di una nuova generazione di porta-container costruite secondo severi standard di sicurezza e sostenibilità ambientale. È in grado di fornire una copertura sia a livello globale che locale grazie ai numerosi feeder. Il vettore dispone di 3,1 milioni di container di tutti i tipi e dimensioni. Il parco container ha un'età media inferiore ai 5 anni e un programma di costante manutenzione ne assicura sempre il pieno servizio. La società offre servizi congiunti di trasporto merci su terraferma integrati al trasporto marittimo dei container tramite un'ampia rete di mezzi di trasporto su rotaia e su strada.



La scelta logica per costruire logistica!



oltre 250.000 mq.
logistici realizzati



30 anni di esperienza
nella prefabbricazione



Sordio (LO) via Cavour, 2
Tel. 02 9810951 - Fax 02 98109555
commerciale@ecocostruzioni.com
www.ecocostruzioni.com

Casalmaiocco (LO) via Manzoni, 2
Tel. 02 9810961 - Fax 02 9810776
commerciale@unipre.it
www.unipre.it



Gruppo  ARCOBALENO S.p.A.

dal 1956

STRATEGIE COMUNI PER ESSERE VINCENTI

I porti del Nord Europa e quelli del Sud del Continente dovrebbero collaborare, essendo fra loro complementari. Se ne è parlato a Monaco.

a cura di **Giulia Vivis**

Il più grande ostacolo per la competitività dell'Italia come piattaforma logistica in espansione è rappresentato dai corridoi scarsamente sviluppati. Su questo tema si sono confrontati i rappresentanti dei principali porti e poli logistici italiani durante il forum sulla logistica in Italia (dal titolo "La piattaforma logistica italiana al centro dei traffici tra Europa, Paesi del Mediterraneo e Oriente") in occasione della fiera transport logistic 2011 a Monaco. In rilievo: il rapido collegamento alle reti europee; efficienti reti ferroviarie e una chiara commercializzazione dell'infrastruttura logistica integrata. "Per la Baviera, i porti dell'Italia settentrionale rappresentano un importante collegamento. Brevi percorsi verso l'Estremo Oriente significano garantire vantaggi competitivi per le imprese del nostro Paese", così Katja Hessel, viceministro per l'Economia, Infrastrutture, Trasporti e Tecnologia della Baviera ha aperto il dibattito. Da un punto di vista globale, i porti del Sud Europa, considerata la crescente domanda di trasporto efficiente delle risorse, sono il complemento logico dei porti del Nord. Il collegamento diretto tra l'Estremo Oriente e la Germania meridionale è fino a 6 giorni più veloce, ma nonostante questo non è ancora vincente rispetto alla concorrenza dei porti del Nord. "Corri-

doi poco sviluppati dalle tempistiche incerte provocano problemi che non si possono celare a se stessi" ha detto

Il più grande ostacolo alla competitività dell'Italia è dato da corridoi scarsamente sviluppati

questo, secondo Maresca, sono necessarie alleanze con i vettori di trasporto e occorre stabilire norme chiare per l'investimento dei capitali internazionali; è necessario, inoltre, garantire orizzonti sicuri per una pianificazione a lungo termine.

Il sistema portuale italiano si posiziona al secondo posto a livello europeo nel trasporto di merci. Secondo il presidente di Assoporti, Francesco Nerli, l'Ue può contribuire su questo tema a ridurre i gas serra del 60% entro il 2020. A tal proposito, i porti e gli interporti italiani devono lavorare quale sistema di rete nel suo complesso. Nerli chiede un maggiore collegamento dello sviluppo dell'infrastruttura logistica a quanto previsto nel libro Bianco della Ue e incoraggia il Governo italiano a intraprendere coraggiosi piani logisti-

ci a favore di ulteriori partenariati pubblico-privato. "L'area del Mediterraneo ha buone carte da giocare se si rompono i confini del Paese" riferisce Giuseppe Parrello, vicepresidente della North Adriatic Ports Association, che vorrebbe aumentare la sua attuale percentuale dal 18 al 20% sul traffico totale di container. I tre porti liguri, da parte loro, intravedono anche buone possibilità. Con 3,3 milioni di container l'anno scorso, una tendenza in aumento, tali scali potenziano la competitività dell'Italia coerenti con gli investimenti in IT e infrastrutture così come nell'accelerazione delle procedure. In questo senso anche Giuliano Gallanti, presidente dell'Autorità portuale di Livorno, prevede investimenti in



moli per grandi navi; in collegamenti ferroviari via Appennino fino alla Pianura Padana, oltre a una stretta collaborazione con l'interporto di Bologna.

Nonostante tutti i porti abbiano una chiara strategia in mente, l'implementazione necessita tempo e supporto da parte della politica e dell'industria. Mauro Zinnanti, direttore presso la Direzione centrale pianificazione territoriale, energia, mobilità e infrastrutture di trasporto della Regione Friuli Venezia Giulia vede positivamente la forte domanda di credito da parte di investitori privati con condizioni aperte piuttosto che piani d'investimento dittatoriali e appoggia, inoltre, l'estensione del trasporto ferroviario ad esempio quello di Rola da Trieste a Salisburgo. *"Davanti a noi vediamo un forte sviluppo tra la Baviera e l'Italia- sintetizza Zinnanti - Le connessioni da Trieste a Ulm o Monaco sono ben sfruttate"*.

"Per uno sviluppo dell'intermodale, i porti e le infrastrutture ferroviarie devono sfruttare gli interporti dell'entroterra" sostiene il presidente di Unione Interporti Riuniti Alessandro Ricci, in

qualità di rappresentante dei 24 interporti italiani, di cui 7 sono posizionati tra i top 20 in Europa e 11 offrono la gamma completa dei servizi per i corridoi di trasporto europeo. Sempre di più grandi imprese industriali e fornitori di servizi logistici apprezzano gli interporti e mostrano con i loro volumi che un interporto può rappresentare più di una semplice

assistenza per gli spedizionieri e i vettori. Tali strutture, ad esempio, possono incoraggiare questo sviluppo alleggerendo il contatto fra investitori e istituzioni. Come questo sviluppo possa continuare ad accelerarsi in modo migliore, lo spiega Heiner Rogge, direttore dell'Associazione federale degli spedizionieri tedeschi. Rogge richiede collegamenti ferroviari efficienti con almeno il 90% di puntualità; non solo per i trasporti integrati ma anche per i trasporti unici e raccomanda, inoltre, un sistema di qualità come gli X-Rail. A suo avviso,

Gli scali italiani dovrebbero proporre strategie marketing comuni sul mercato tedesco

nonostante gli sviluppi positivi, l'offerta dei porti del Nord è superiore nella performance complessiva. Per una maggiore competitività Rogge consiglia ai porti italiani di sviluppare delle strategie comuni di marketing sul mercato tedesco, di modo che gli operatori tedeschi abbiano a disposizione in forma semplice e completa tutte le informazioni.

"In Italia - spiega il direttore dell'interporto di Bologna Zeno D'Agostino - *ci sono le infrastrutture e le strategie su come sviluppare adeguatamente il traffico combinato verso l'Europa. A tal proposito, partecipano già otto diverse società ferroviarie italiane ed europee. A differenza di un anno e mezzo fa, la percentuale di Trenitalia non ammonta più al 90%, bensì a poco meno di 1/3. Gli interporti lavorano collegati tra loro e coordinano i loro servizi in stretta collaborazione con gli operatori. L'infrastruttura della logistica italiana può, così, svilupparsi più rapidamente. Regioni come l'Emilia Romagna sono in piena espansione"*.

Il percorso attraverso le Alpi, secondo Michele Valensise, ambasciatore d'Italia in Germania, richiede un cambiamento per il trasporto merci simile a quello introdotto con l'apertura del canale di Suez di 150 anni fa. Da un punto di vista economico, ecologico e sociale l'intera Europa ha forte interesse a esaminare e a usare tale soluzione. Questo è, quindi, un compito europeo. L'Italia, attraverso corridoi di trasporto produttivi, un entroterra e una struttura portuale efficiente, può essere considerata una piattaforma logistica competitiva per l'area del Mediterraneo, il Sud-Est europeo e l'Estremo Oriente a lungo termine. ■



"SHIPPING & FISCO" TUTTO IN UN LIBRO

La guida aggiorna sulle nuove regole comunitarie IVA. I realizzatori? Agenzia delle Entrate, Spediporto e Camera di commercio di Genova.

di **Giovanni Cristaldi**

Proporre una guida pratica alla corretta applicazione della riformata e complessa normativa IVA, offrire una lettura del nuovo presupposto oggettivo e territoriale dell'imposta sul valore aggiunto e contribuire al contrasto del fenomeno delle frodi che affligge il regime intracomunitario dell'IVA. Sono questi in sintesi gli obiettivi alla base della seconda edizione del manuale "Shipping & Fisco" elaborata da Agenzia delle Entrate, Spediporto - l'associazione spedizionieri corrieri e trasportatori di Genova - e Camera di Commercio e presentata a Genova presso la sede della Direzione Regionale della Liguria dell'Agenzia delle Entrate. La Commissione Europea ha stimato, per il 2010, in 500 miliardi di euro il GVA (Gross Value Added) dell'Unione Europea, di cui ben il 4,6% riconducibile ad attività di trasporto e logistica. Solo negli Stati Uniti si stima che il valore delle merci movimentate nel 2010 sia pari a 12 mila miliardi di dollari. Rispetto alla prima edizione del 2006, il nuovo volume, partendo da un inquadramento normativo generale del settore del trasporto, declina le nuove regole dell'IVA recentemente introdotte nell'ordinamento italiano a seguito delle Direttive Comunitarie in materia (Direttive Comunitarie numeri 8, 9 e 117 del 2008) e in particolare il presupposto oggettivo e territoriale asso-

ciato a tale imposta. Al fine di rendere più agevole la lettura e l'interpretazione normativa, all'interno del manuale sono state inserite tavole riassuntive per mezzo delle quali è possibile tracciare per singola operazione di trasporto, movimentazione e magazzinaggio il relativo regime impositivo.

Il testo contiene tavole riassuntive con cui tracciare, per singola operazione, il relativo regime impositivo

dello shipping. Si tratta di una guida complessa, con un taglio diretto e concreto, che riflette la molteplicità di situazioni in cui si trovano ad agire gli operatori del settore. Per lavorare c'è bisogno di chiarezza e per questo il nostro fine è stato quello di fornire risposte alle domande degli operatori, senza addentrarci sullo scivoloso terreno dell'interpretazione". "Per Spediporto" - ha sottolineato il suo presidente Roberta Oliaro - la realizzazione di questo manuale vuole essere un contributo concreto e qualificato a sostegno degli operatori logistici internazionali che quotidianamente sono chiamati dalla propria clientela ad offrire soluzioni sul trasporto e di consulenza anche nel campo dei tributi".

"Dalla prima edizione, nel 2006 - commenta il presidente della Camera di Commercio Paolo Odone - lo scenario operativo che sta di fronte agli spedizionieri non si è certamente semplificato: gli spedizionieri, veri e propri architetti del trasporto, devono infatti confrontarsi con un quadro sempre più complesso di regole e limiti normativi, anche e soprattutto sul terreno fiscale. Ecco quindi un'iniziativa utile e concreta per gli operatori, il cui merito va alla presidente di Spediporto, che sta esercitando con successo e competenza anche il ruolo di vertice della Consulta camerale per il settore marittimo portuale-logistico." Il volume verrà diffuso anche in rete attraverso i seguenti siti internet: www.spediporto-genova.com e www.liguria.agenziaentrate.it.





Versatilità e affidabilità in qualunque applicazione.

Carrelli elevatori elettrici, carrelli termici, macchine da magazzino: Cat® Lift Trucks è il meglio della tecnologia per la movimentazione dei materiali.

Una gamma completa in diversi silottamenti per scegliere la configurazione più adatta, secondo i 3 principi che fondano la leggenda Caterpillar: **performance, durata nel tempo e servizio post vendita.** Cat® Lift Trucks è una garanzia per i vostri investimenti. Distribuito tramite **CGM SpA**

Per trovare il Concessionario più vicino: www.cgmcarelli.it



www.cgmcarelli.it

COMPAGNIA GENERALE MACCHINE SPA
Zola Predosa, 30 - t. +39 051 756001 - info@cgmcarelli.it



LA LUNGA STRADA DELLA TRACCIABILITÀ

E' stata esaminata da un seminario nella sede del Lab Indicod-Ecr di Peschiera Borromeo (Milano). Presenti i maggiori attori del settore.

di Pierluigi Coppa

L'importante tema della tracciabilità è stato l'occasione per fare il punto sulle attuali tecnologie che consentono ottimizzazione e rintracciabilità nei processi logistici della supply chain. Attori nel settore delle applicazioni e dell'hardware/software applicati alla logistica e all'identificazione automatica si sono dati recentemente appuntamento presso la sede del Lab Indicod-ECR a Peschiera Borromeo (Milano). Psion, brand conosciuto nel settore computer e palmari mobili, ricercatori del Politecnico di Milano e il gruppo Alfacod che, dal lontano 1986 studia e realizza sistemi per l'identificazione automatica, si sono alternati per "fotografare" il settore e proporre le attuali soluzioni tecnologiche per rendere più snella, moderna e competitiva una supply chain, grazie alla possibilità di introdurre nel ciclo produttivo e distributivo tecnologie di identificazione automatica ormai mature e che possono essere inserite in un'azienda commerciale in maniera semplice e "indolore". Non per nulla, infatti, il titolo del convegno recitava "come gestire la tracciabilità anche in assenza di ERP o gestionale".

Il ciclo delle varie relazioni è stato scandito da Pierangelo Raffini del-

l'Accademia Italiana dell'Auto-ID. Fabrizio Mascellani, project specialist di Alfacod con il suo intervento

L'apripista è stato il codice a barre, nato negli anni '60 e diffusosi poi massicciamente (pure in logistica) negli anni '70

ha inteso percorrere brevemente alcune tappe significative del progresso tecnologico dell'identificazione automatica, iniziando con una breve storia del barcode che nasce negli anni '60, si diffonde negli anni '70, periodo durante il quale il codice a barre (Ean-13) entra a pieno diritto nell'impiego ordinario nella logistica e con esso tutto l'hardware necessario, come le stampanti ad aghi, seguite poi da quelle a trasferimento termico. Seguiranno "a ruota" i primi lettori a Bar code con la possibilità di trasmissione dei codici via radio a bassa velocità per l'utilizzo nei centri logistici organizzati modernamente. Se agli inizi degli anni '90 ogni singolo produttore immette sul mercato dispositivi "proprietary", è solamente nel 2002 che si definisce finalmente uno standard per gli apparati radio (WIFI 802.11b). Lo standard GS1 (Global Standard One) che nasce nel 2005 e si basa sul Datamatrix, codice facilmente riconoscibile data la sua forma quadrata (entrato

come standard a livello internazionale) con una capacità di 1.556 Bytes di informazioni, si abilita anche la possibilità di fotografare codice mono o bidimensionale con una leggibilità molto elevata (richiede per la lettura, infatti, un contrasto di solo il 20%). Questo comporta una facilità di lettura semplificata da una parte e la possibilità di utilizzare forme di stampa "povere" dall'altra.

In passato venivano impiegati in campo militare per il riconoscimento dei velivoli (transponder), mentre molti sono venuti a conoscenza dell'esistenza di questi piccoli disposi-

Fotolia.com



tivi elettronici perché in alcuni Paesi europei le normative impongono che gli animali da compagnia debbano poter essere controllati all'ingresso dei rispettivi confini nazionali tramite un piccolo microchip inserito sotto la pelle dell'animale. Stiamo parlando di RfId (Radio Frequency Identification), una piccola meraviglia tecnologica che può funzionare grazie allo sfruttamento di un campo elettromagnetico. Opportunamente "interrogati" da un particolare lettore, questi chip restituiscono diversi dati, come ad esempio, nome e cognome del proprietario, indirizzo, data della vaccinazione e così via. In pratica, quando si avvicina il lettore RfId a una "etichetta attiva" (Tag), viene generato un campo elettromagnetico che va a caricare un piccolo condensatore all'interno del microchip. Quando il livello di carica è sufficiente, il dispositivo elettronico può iniziare a lanciare una breve trasmissione ra-

dio e nella portante vengono trasmessi i dati precedentemente memorizzati nella minuscola memoria. Gli errori tipici di lettura dovuti a etichette danneggiate, oppure aventi basso contrasto sono stati il "pungolo" per la ricerca e l'introduzione del Tag RfId che offre la precisione tipica di un sistema digitale, se affiancato al sistema "analogico" della classica etichetta Ean-13. Case History che hanno utilizzato con successo etichette RfId sono ormai moltissimi, dal tracciamento delle batterie ricaricabili, ai tappeti e alle bottiglie di vino, ma anche colli e pallet.

In questo affascinante mercato del riconoscimento elettronico "senza contatto" si muovono diversi attori: in primis i produttori di hardware (etichette, lettori) come Psion e i system integrator che devono far colloquiare il sistema RfId con il gestionale (Erp) dell'azienda. Il difficile compito di Psion, come ha spiegato Fabio Cassini, suo channel sales manager, in questi anni è stato quello di ascoltare attentamente le esigenze del cliente finale per essere sempre "un passo avanti" ed ha voluto sottolineare questo importante aspetto. L'obiettivo dell'azienda che produce gli strumenti "fisici" è quello di offrire flessibilità dell'hardware (ad esempio il lettore) per elevare il valore aggiunto del prodotto. Quindi un "device" con caratteristi-

che di grande modularità che possa essere aggiornato (o "upgradable") molto facilmente. Ciò significa offrire insieme al prodotto una grande protezione sull'investimento che si è effettuato.

Alfacod studia e realizza dal 1986 sistemi per l'identificazione automatica delle merci, (system integrator) la raccolta e la trasmissione dei dati attraverso strumentazioni elettroniche dei maggiori produttori mondiali (Psion). Compito della tracciabilità è quello di rilevare e memorizzare le "tracce" del prodotto lungo tutta la filiera. Tutto questo, ovviamente, è stato pensato per prevenire eventuali frodi (alimentari e non), per risalire al

lotto di produzione, per problematiche disperate, ma anche e soprattutto per difendere il brand da possibili falsificazioni. Se la logistica è bene organizzata, sarà più semplice la risalita (rintracciabilità) sino all'origine dell'informazione. Senza voler entrare nelle complesse "maglie" del codice di identificazione, insomma, analizzare la struttura del codice consente di identificare tutte le informazioni del prodotto, come il lotto di produzione, la data di scadenza, il numero seriale del prodotto, per la manutenzione e la garanzia. Dal canto suo Andrea Gascchi, ricercatore del Politecnico di Milano ha avviato con la collaborazione di Indicod un laboratorio di ricerca sulle tecnologie RfId. Alcuni progetti realizzati vedono Tag RfId applicati a bottiglie di vino, piuttosto che su batterie ricaricabili. In taluni casi il principale "freno" all'introduzione del tag RfId è però ancora il costo. ■

L'RfId è una piccola meraviglia tecnologica, che funziona grazie allo sfruttamento del campo elettromagnetico



MEGA- LABORATORIO PER ELSAG DATAMAT

La società ha realizzato l'“Innovation Lab”, una struttura dedicata a sviluppo e a test di soluzioni innovative per il material handling.

di **Alessia Furia**

Il nome parla da sé, chiarendo subito le sue funzioni. Innovation lab è l'impianto che integra tutte le componenti di un sistema di smistamento evoluto: ricezione dei materiali, identificazione degli stessi mediante lettura di RFID tag e codici a barre, smistamento, tracciatura e controllo del singolo pacco fino al rilascio in corrispondenza dello scivolo di destinazione. Il cuore del sistema è la smistatrice MPHS (multisorting parcel handling system), soluzione in grado di smistare oltre 11.000 colli all'ora. La tecnologia utilizzata è denominata “cross belt” ed è basata sulla movimentazione – su un percorso ad anello – di una serie continua di carrelli su ciascuno dei quali è posizionata una cella dotata di un nastro motorizzato che si muove in senso perpendicolare alla direzione di moto dei carrelli. Una tecnologia che garantisce l'handling “gentile” e lo smistamento ottimale anche di oggetti fragili, a elevato attrito o con superfici irregolari. Eltag Datamat è un'azienda che gode di un glorioso passato, dato che è fornitore di soluzioni di process automation per le Poste e gli aeroporti da più di 40 anni. La società in realtà è nata più di cento anni fa. Si è evoluta in alcuni comparti principali: meccanica, elettronica e information technology. Ora siamo agli albori di una nuova realtà aziendale, dal momento che Eltag Datamat e

Selectcommucation verranno unite, dando vita a un ‘colosso’ con di più di 7.000 dipendenti. Eltag Datamat fa parte del gruppo Finmeccanica, annovera più di 75.000 persone con il mercato italiano, ma anche nel Regno Unito e negli USA. Tra i settori in cui opera figurano elicotteri, aeronautica, spazio, energia e information technology.

L'azienda è fornitrice di soluzioni di process automation per le Poste e per aeroporti

dell'energia a bordo delle celle, l'impianto Innovation Lab (presentato di recente a Genova) è in grado di risparmiare oltre il 30% di energia rispetto a soluzioni analoghe. L'assenza di contatti

striscianti, di batterie o di sistemi di accumulo a bordo delle celle, unitamente alla possibilità di regolare dinamicamente la velocità della macchina in funzione delle fluttuazioni giornaliere del traffico, consente inoltre una significativa riduzione dell'usura dei componenti – e quindi un risparmio dei costi di manutenzione annuali e un ciclo di vita della soluzione notevolmente più lungo – a favore di maggiore affidabilità e disponibilità dell'impianto.

“L'Innovation Lab – ha affermato Nicola Di Stefano, vice presidente della divisione automazione di Eltag Datamat – è stato realizzato con l'obiettivo principale di offrire ai nostri tecnici un ambiente reale su cui testare nuove soluzioni e tecnologie. Tuttavia rappresenta per i nostri clienti anche un'opportunità per vedere un sistema complesso in azione, valutarne potenzialità e adattabilità alle loro esigenze specifiche”.



EUROMERCI

il mensile di logistica

ATTUALITÀ - INCHIESTE - INTERVISTE - FOCUS



I FOCUS 2011

Gennaio-Febbraio

- Mercato immobiliare
- Express

Marzo

- Trasporto intermodale
- Logistica del food & beverage

Aprile

- Logistica del fresco/freddo
- Logistica del farmaco

Maggio

- Materials handling & attrezzature per magazzini
- Logistica dell'automotive

Giugno

- Trasporto marittimo
- Logistica del fashion

Luglio-agosto

- Mercato immobiliare
- Reverse logistics

Settembre

- Logistico del fresco/freddo
- Cargo aereo

Ottobre

- Materials handling & attrezzature per magazzini
- Autotrasporto

Novembre

- ICT e Software per la logistica
- Logistica sostenibile

Dicembre

- Trasporto intermodale
- City logistics

TRASPORTO PESANTE CALANO GLI INCIDENTI

A favorire questo trend positivo è stato anche uno speciale progetto di risk management messo a punto da Fondazione Ania e Federtrasporti.

di Luca Piras

La sala Colonne della Camera dei Deputati ha ospitato il convegno "Sicurezza stradale nel trasporto pesante. Una best-practice per i giganti della strada" in occasione del quale sono stati presentati i risultati del progetto di "risk management" e "loss prevention" per le flotte di mezzi pesanti avviato da Fondazione Ania e gruppo Federtrasporti a partire dal 2004. Il programma, che ha l'obiettivo di sensibilizzare gli autotrasportatori sull'importanza di maggiori e più attenti controlli delle proprie condizioni psico-fisiche e aumentare la conoscenza dei danni diretti e indiretti causati dalle cattive condotte di guida, è accompagnato anche da una sperimentazione sull'uso di nuove tecnologie on-board per il soccorso e l'analisi della dinamica degli incidenti. Su 2.000 veicoli pesanti che, a partire dal 2008, hanno partecipato alla sperimentazione, è stata installata una scatola nera per raccogliere dati utili ad analizzare i comportamenti di questi mezzi.

In sintesi, l'esito del progetto è stato ricordato da Emilio Pietrelli, presidente del gruppo Federtrasporti: "Se la nostra frequenza sinistri fosse rimasta quella del 2003, quella cioè antecedente al progetto, oggi dovremmo fare i conti con oltre 1500 incidenti in più, con tut-

te le conseguenze economiche e umane che avrebbero generato. Invece, la nostra frequenza sinistri si è ridotta di quasi 30 punti percentuali grazie a diverse azioni formative, tutte orientate a diffondere una cultura di sicurezza e di conseguenza a coinvolgere le persone. Un lavoro di coinvolgimento possibile in particolare in strutture aggregate (per lo

La frequenza dei sinistri sui mezzi monitorati è passata dal 68,8% del 2003 al 41,3% del 2010

più, consorzi e cooperative) come le nostre, in cui le relazioni interpersonali sono in pratica un tutt'uno con quelle lavorative. Ovviamente, dove questa relazione si precarizza anche l'investimento in sicurezza ottiene minori risultati".

Il settore del trasporto merci incide, infatti, notevolmente sulla mobilità ed è una componente dell'incidentalità stradale. Basti pensare che nel 2009, in Italia, i mezzi pesanti sono stati coinvolti in 12.748 incidenti (il 5,9% del totale dei sinistri) che hanno riguardato 25.452 veicoli e provocato 254 morti e 10.453 feriti, rispettivamente il 6% delle vittime e il 3,4% dei feriti complessivi. (Fonte: ACI-Istat). Mentre, nel complesso, l'andamento della frequenza sinistri di questo segmento mostra se-

gnali di miglioramento, estremamente più seria è la situazione dell'incidentalità delle flotte di mezzi pesanti conto terzi: secondo un'analisi dell'Ania ⁽¹⁾ la frequenza dei sinistri causati è pari al 39,6%, ovvero ogni 100 autocarri assicurati circa 40 sono stati coinvolti in un incidente stradale con responsabilità del conducente. Si tratta di valori nettamente superiori a quelli registrati da tutte le tipologie di veicoli, che nel 2009 hanno fatto rilevare una frequenza sinistri pari al 7,71%.

I dati raccolti da Fondazione Ania e Federtrasporti attraverso il progetto "Sicurezza stradale nel trasporto pesante" mostrano una flessione significati-

Archivio Volvo Truck



va della frequenza e del numero dei sinistri dei mezzi pesanti monitorati che è passata dal 68,8 % del 2003 al 41,3% del 2010. Anche l'analisi dell'introduzione di nuove tecnologie sulle flotte, come ad esempio il sistema della "scatola nera", ha fatto registrare risultati positivi: la frequenza sinistri dei 2.000 veicoli pesanti dotati di scatola nera è passata, infatti, dal 41,1% del 2008 (anni di inizio del monitoraggio) al 39,5% del 2009 ed è sempre stata inferiore a quella dei mezzi che non sono dotati del dispositivo.

«Il trasporto commerciale è una spina dorsale dell'economia del nostro Paese – ha commentato il presidente della Fondazione ANIA, Sandro Salvati - per questo merita una cultura delle regole moderna e appropriata. Sottovalutare la reale entità dei problemi legati all'incidentalità del trasporto pesante, non rende giustizia alle aziende, ai professionisti seri e prudenti e, soprattutto alle vittime degli incidenti stradali, a qualunque categoria esse appartengano. Purtroppo alcuni dati di questi primi mesi del 2011 mostrano un trend degli incidenti in peggioramento. Tutto ciò deve spingere istituzioni e operatori a "fare sistema" per prevenire, educare e controllare. Il progetto "Sicurezza nel trasporto pesante" è la dimostrazione concreta che è possibile ridurre l'incidentalità legata al trasporto pesante. Siamo convinti che una formazione adeguata possa indurre i conducenti ad adottare comportamenti virtuosi». ■

(1) Stima tratta dalla statistica annuale Ania su un campione dell'87% circa del mercato assicurativo.



CLASS

Cooperative Logistica Associate



PROGETTAZIONE & SVILUPPO

GESTIONE MAGAZZINI

CONTI LAVORAZIONE

NOLEGGIO E MANUTENZIONI
SERVOMEZZI

SERVIZI GENERALI



CLASS Sp.A.

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

Tel. 02 488 7171 - Fax 02 4571 3607

www.class-spa.it

Gruppo FBII

QUANDO L'ELETTRICO È ANCHE SILENZIOSO

Il Kangoo ZE, realizzato da Renault per conto di Tnt Express Italy nell'ambito del progetto E-moving, ha inoltre consumi contenuti.

di Antonio O. Ciampi

Se chiudete gli occhi, o guardate da un'altra parte, non vi accorgete nemmeno che a un metro da voi sta passando un furgoncino da 4,2 metri, pesante oltre una tonnellata, con a bordo fino a 650 kg di preziosi pacchi da consegnare ai destinatari. Beh, magari l'orecchio vostro è talmente sofisticato da percepire il rotolamento degli pneumatici. Ma è difficile. Chi scrive ha avuto dei problemi a sentirlo. Il veicolo elettrico Kangoo Z.E. derivato dal Kangoo Express diesel, è realizzato da Renault nell'ambito del progetto E-moving e di cui Tnt Express Italy ha avviato le sperimentazioni nell'area milanese e bresciana, con la collaborazione dell'azienda multi-utility A2A, sembra veramente la solu-

zione vincente (win) a costi di esercizio, emissioni, rumori per quanto riguarda la viabilità e l'ecologia nelle grandi città.

“Win” per assessori al traffico, “win” per l'inquinamento globale sia di particelle che acustico (e quindi per i cittadini), “win” per la società automobilistica Renault, che a partire dalla fine del 2011 introdurrà sul mercato una gamma completa di veicoli elettrici (tre berline e, appunto, il Kangoo) e “win” per gli operatori che, a fronte di

un costo di acquisto abbastanza elevato (il Kangoo costa su strada circa 22.000 euro a seconda delle varie versioni, più 72 euro/mese per il noleggio delle batterie, ma questa è una buona scelta, le batterie al litio di ultima generazione sono in leasing e quindi manutenzione, sostituzione e smaltimento non sono a carico dell'utilizzatore ma della casa costruttrice) potrà ridurre i costi per 100 km dagli attuali 7 euro per la versione diesel a 2,5 euro.

Il veicolo costa circa 22 mila euro (a seconda delle versioni) cui vanno aggiunti 72 euro al mese per il noleggio batterie

Per chi naturalmente deve operare in ambito cittadino su grandi percorsi giornalieri, non è un risparmio da poco. Il programma non è solo italiano; già 4 anni fa Tnt aveva avviato una sperimentazione, e poi la messa in pratica, di veicoli ibridi a Londra e in altre aree della Gran Bretagna, per risparmiare sulla carbon tax; e oggi sono in corso valutazioni in Olanda, Francia e Cina. Oltre a Israele e Germania, sempre con accordi con le aziende energetiche locali (anche perché il problema è sempre quello, come ben sa chi ha vetture alimentate a GPL, di poter contare su una diffusa rete di stazioni di rifornimento). Rosario Ambrosino, ad di Tnt Express Italy ricorda a Euromerci che *“il 75% dei nostri mezzi ha un peso inferiore alle 7,5 tonnellate e il 60% di questi veicoli percorre distanze inferiori ai 150 Km al giorno, quando l'autonomia*



media della Renault Kangoo ZE è di 160 km: da questi numeri è facile comprendere come l'opzione elettrica per noi rappresenti qualcosa di più di un'ipotesi teorica, quanto piuttosto la soluzione ottimale per la nostra flotta e per rispettare il target Tnt di riduzione del 40% del proprio CO2 efficiency index entro il 2020. Oggi emettiamo 2,4 milioni di tonn di CO2/anno e il nostro obiettivo a medio termine è di ridurle del 40%. Vorremmo arrivare a essere una azienda a 0 emissioni; per gli edifici lo abbiamo già in parte realizzato (l'head office di Tnt, inaugurato quasi due mesi fa è ad emissioni 0 ed è costato come un edificio tradizionale e lo stesso vale per i costi di manutenzione e gestione. NdA), per i vei-

coli ci stiamo arrivando, per gli aerei, beh, lì sarà molto più difficile." Il progetto Renault, come ci conferma Jacques Bousquet, presidente di Renault Italia, fa parte di un investimento di 4 miliardi di euro, e prevede la fornitura di una flotta di 60 fra Kangoo EZ e fluente EZ (berlina familiare), di cui 20 già consegnati, in gestione e sperimentazione ad aziende pubbliche e private con una rete di oltre 270 punti di ricarica (previsti 200 a Milano, 70 a Brescia, già installati rispettivamente 48 pubblici e 51 privati a Milano, 26 e 16 a Brescia). Anche perché è la ricarica il problema più grave: il Kangoo EZ consente una ricarica standard di 6-8 ore, una ricarica rapida (per aggiungere 50 km all'autonomia) di 10

minuti o di fare il pieno in mezz'ora e un sistema 'quickdrop' per cambiare la batteria scarica con una carica in 3 minuti, già prevista in Israele e Danimarca. Il problema è, come si suol dire, una logistica diffusa di servizi.

C'è anche un altro piccolo problema, come ammettono sorridendo off-record Ambrosino e Bousquet, il silenzio: per chi è abituato a sentire rombare i motori non sarà facile abituarsi al silenzio, potrà succedere al poco avvertito pedone, finché le nostre città come auspicabile non saranno interamente attraversate da veicoli elettrici, di attraversare una strada e venire stirati da una silenziosa tonnellata di metallo. ■

S.A.F.I.M. LOGISTICS GROUP

LOGISTICA TOTALE

...dal 1934

S.A.F.I.M. Srl

Via Supaja Gallino 20/28 Fraz. Palmiero
10060 NONE (TO)

Tel. 011 550 7150 r.a. Fax 011 550 7160

www.safim-srl.it

MAGAZZINI
FRIGORIFERI DA
+4 A -25°C

LOGISTICA INTEGRATA 'AD
HOC' CON PIATTAFORME
LOGISTICHE PER LA GDO

FACCHINAGGIO E
GESTIONE MAGAZZINI
E MERCI IN
OUTSOURCING

LAVORAZIONI
CONTO TERZI

TRASPORTI

DEPOSITO
MERCÌ

MAGAZZINO
DOGANALE 'A'

TRANSIT
POINT

GESTIONE
AUTOMATIZZATA
GIACENZE E
FLUSSI

TRACCIABILITÀ
HACCP

a cura di **Michele Bonini**

EURODIFARM PASSA A DHL SUPPLY CHAIN

Il fondo Wise completa la cessione a Dhl Supply Chain (gruppo Deutsche Post) della controllata Eurodifarm, società della logistica di prodotti farmaceutici, diagnostici e medicali. Eurodifarm, che era controllata all'80% dall'operatore di private equity, ha registrato nel 2010 un fatturato di 53 milioni distribuendo prodotti farmaceutici a farmacie, ospedali, grossisti e case di cura. Eurodifarm manterrà autonomia gestionale e operativa nell'ambito del gruppo Dhl, che ha confermato la fiducia all'attuale management dell'operatore milanese.

ACCORDO QUINQUENNALE GEODIS LOGISTICS - RIFLE

Geodis Logistics - Divisione logistica in Italia del gruppo Geodis - ha siglato un accordo della durata di 5 anni per la fornitura di servizi di logistica integrata con Rifle - marchio simbolo dei jeans made in Italy. Il progetto, che coinvolgerà inizialmente circa 70 persone, sarà svolto all'interno del parco logistico di Barberino di Mugello (Firenze) dove Geodis Logistics gestisce un magazzino di 25.000 mq, di cui 7.000 interamente dedicati a Rifle. Il 3PL avrà l'incarico della gestione di tutti i servizi di logistica integrata, il coordinamento delle attività di gestione e spedizione di prodotti tessili moda, la gestione del magazzino nelle fasi di ricevimento e controllo merce in entrata, controllo qualità, stoccaggio, confezionamento, imballaggio, spedizione operata tramite trasporto su strada a livello nazionale e internazionale, tramite Geodis Züst Ambrosetti, la divisione trasporti del gruppo Geodis.

JOACHIM HUNOLD RAFFORZA L'ADVISORY BOARD DI FIEGE

L'advisory board del gruppo Fiege è stato ampliato con l'arrivo di Joachim Hunold, chief executive officer della Air Berlin. "Joachim Hunold, personaggio leader del business in Germania, darà il suo importante contributo per rinforzare le attività e il prestigio del nostro gruppo - dice Hugo Fiege, chairman del consiglio di Fiege Stiftung & Co - Hunold, a capo della seconda compagnia aerea tedesca più importante in Germania, che ha co-fondato e portato agli attuali livelli nel ranking europeo, porterà a Fiege tutta la sua esperienza". Nel 1991 Hunold ha fondato l'Air Berlin GmbH & Co. KG Luftverkehrs e, dopo l'acquisizione di Air Berlin Inc., ha guidato il gruppo Air Berlin con la nuova struttura di holding, inizialmente come managing partner, poi come AD, dal 1° gennaio 2006.

NUOVI SERVIZI MARITTIMI "LCL" PER KUEHNE + NAGEL ITALIA

L'operatore ha lanciato di recente due nuovi servizi "LCL" import da Shanghai e Hong Kong (Cina), con porto di sbarco La Spezia e svuotamento a Bologna interporto. I due nuovi servizi, denominati "Shanghai - Bologna Express" e "Hong Kong - Bologna Express", offrono un transit time da porto a porto rispettivamente di 22 e 19 giorni e collegano i due principali hub cinesi con il centro Italia con partenze settimanali. Kuehne + Nagel ha, inoltre, lanciato un nuovo servizio "LCL" export da Milano a Cipro (porto di Limassol). Le spedizioni dall'Italia sono consolidate presso il magazzino CFS (container freight station) di Milano, utilizzando Ravenna come porto di partenza. Il transit time è di quattro giorni fino al porto di destinazione Limassol.

FEDEX EXPRESS SI CONSOLIDA NELL'HEALTHCARE

FedEx Express ha deciso di consolidare il proprio impegno nel settore healthcare della regione EMEA (Europa, Medio Oriente, Subcontinente Indiano e Africa), con un portafoglio innovativo di soluzioni. Il rapido spostamento dei centri d'eccellenza farmaceutica dai mercati tradizionali a quelli emergenti determina il crescente bisogno di soluzioni termosensibili, importanti più che mai



per le aziende dell'healthcare. Tra la gamma di soluzioni FedEx Express per le spedizioni termosensibili spicca una delle più grandi strutture mondiali per il ghiaccio secco, con possibilità di ricongelamento nei maggiori hub e sulle principali rampe nella regione EMEA, a cui si aggiunge la mappatura termica di veicoli e velivoli FedEx. Il courier offre inoltre un'ampia gamma di soluzioni termosensibili di imballaggio da sottozero a temperatura ambiente, sia per i colli che per le spedizioni cargo via aerea e dalle tradizionali possibilità con >

2010**Logistics Awards****Premio 2010 "Il Logistico dell'anno"
Winner 2010 "Logistics Awards"****World Capital**
REAL ESTATE GROUP
AGENCY - CONSULTING - PROPERTY - INVESTMENT**Provincia di Bergamo**
Vicinanze Origo al Serio**AFFITTASI**

Distanze: 5 km da Bergamo
Magazzino: mq. 6.300 **Rt:** mt. 10,5
Ribatte: 14
Ufficio: mq. 500 (possibile ufficio indipendente)
Note: Immobile di recente realizzazione completo di impianti. Possibilità di frantumazione.

Provincia di Milano
Zona Comune di Arluno**VENDESI**

Distanze: a soli 2 km da autostrada MI-TO
Area: mq. 30.000
Uffici: da valutare
Note: terreno con destinazione industriale

Provincia di Milano
Comune di Melegnano**VENDESI
AFFITTASI**

Distanze: 12 km da Milano (sncod A1/A7/A4)
Magazzino: da mq. 4000 a mq. 13.000
Ribatte: mono e doppio fronte **Rt:** mt. 10,00
Ufficio: in base esigenze
Note: servizi integrati all'attività logistica

Provincia di Milano
Comune di Settala**AFFITTASI**

Distanze: 12 km da Milano (sncod per A1/A7/A4)
Magazzino: da mq. 4.000 a mq. 15.000 **Rt:** mt. 10,0
Ribatte: mono e doppio fronte
Ufficio: in base esigenze
Note: Servizi integrati all'attività logistica

Provincia di Lodi
Comune di Pieve Fissiraga**VENDESI**

Distanze: 2 km da A1
Magazzino: mq. 11.000 **Rt:** mt. 11,00
Ribatte: in base esigenze
Ufficio: in base esigenze
Note: immobile da realizzare su indicazioni dell'urbanista finale, ottima posizione, prezzo molto interessante, Possibilità frantumazione

Provincia di Novara
Comune di Biandrate**AFFITTASI**

Distanze: 50 km da Milano
Magazzino: mq. 40.000 frantumabili **Rt:** mt. 10,50
Ribatte: 30
Ufficio: in base esigenze
Note: possibili frantumamenti da mq. 5.000, Caroni di locazione riferenzabili, Proiecto concepito Offine futuro

Provincia di Bologna
Comune di Bentivoglio**VENDESI
AFFITTASI**

Distanze: 5 km da A13 a 10 km da A1
Magazzino: da mq. 1.500 a mq. 30.000
Ribatte: in base esigenze **Rt:** mt. 11,00
Ufficio: in base esigenze
Note: immobili in pronta consegna adatti ad attività di trasporto e logistica, soluzioni anche da realizzare in base alle esigenze dell'attività in finale

Provincia di Roma
Comune di Pomezia**AFFITTASI**

Distanze: in prossimità della portina SS140
 c.a. mq. 4.200 **Rt:** mt. 9,00
Ribatte: mono e doppio fronte
Ufficio: divisione di numerosi uffici e servizi
Note: immobili e con banchine di carico e ampio piazzali. Volante scartabile, dotato di impianto elettrico, annesso a casa dimora

Provincia di Napoli
Comune di Caivano**AFFITTASI**

Distanze: 15 km (7 min) da autostrada Tangi-Napoli
 Centro, 5 km bret. autostrada A1 - Pringiero
 Via Libero
Magazzino: da 500 a 20.000 mq. **Rt:** mt. 10,50
Ribatte: 12
Ufficio: 1.800 mq. frantumabili da minimo 30 mq.
Note: immobile in fase di recente costruzione, ideale da adibire a piattaforma distributiva, impianto antiriduzione, elevatori, guardie



ghiaccio secco alle più innovative tecnologie ecologiche per i servizi di catena del freddo. L'azienda sfrutta inoltre la ricchezza di conoscenze e servizi di FedEx Corp. Grazie alla stretta collaborazione con FedEx Custom Critical, una società operativa del gruppo che offre servizi specializzati e convalidati per la consegna di spedizioni termosensibili.

DALLA REGIONE 5,4 MILIONI PER LE LINEE NAVIGABILI DEL VENETO

La Giunta regionale veneta ha impegnato 5,4 milioni di euro per le spese relative alla manutenzione e alla gestione delle vie navigabili del Veneto. Della somma complessiva, 4,08 milioni sono destinati al pagamento del personale, mentre la parte restante, per 1,32 milioni, servirà per coprire le spese di funzionamento. "In pratica abbiamo impegnato tutti i fondi destinati dal bilancio regionale alla copertura di questi costi – ha ricordato l'assessore Chisso – che consentono la funzionalità di una rete navigabile di interesse sia commerciale, sia turistico sia per il diporto. Tale rete è di gran lunga la più significativa a livello nazionale e, ad esempio, collega il mare e la Laguna di Venezia con il cuore della pianura padana, ma anche con Padova e Battaglia e con il Veneto orientale e le lagune di Caorle, tramite canali resi percorribili mediante conche, chiuse, ponti mobili e così via". La gestione della navigabilità è stata demandata dalla Regione, ancora nel 1999, alla società controllata Sistemi Territoriali, alla quale il finanziamento è stato destinato e che dovrà pagare tutto il personale addetto, nonché le spese per utenze (luce, gas, acqua, ecc); eventuali spese tecniche urgenti per la sistemazione o manutenzione di opere idrauliche; spese relative a mezzi, materiali e apparecchiature per l'officina di Cavanella d'Adige; pulizia degli impianti e delle conche, smaltimento rifiuti, manutenzione aree verdi; hardware, software e altra strumentazione elettronica; carburanti; vigilanza e così via.

GEFCO FINALIZZA IL CONTRATTO DI ACQUISIZIONE DEL 70% DI MERCURIO

A seguito del protocollo d'intesa condiviso lo scorso 5 aprile e dell'approvazione il 9 maggio da parte dell'antitrust, il gruppo Gefco ha finalizzato l'acquisizione del 70% del gruppo Mercurio, uno dei maggiori operatori nel settore dei trasporti e della distribuzione veicoli in Italia e all'estero. Con questa acquisizione Gefco, operatore leader in Europa, accelererà lo sviluppo della logistica automotive outbound, la diversifi-



cazione del portfolio clienti e l'estensione della sua presenza a livello internazionale. Inoltre, nuove sinergie permetteranno a Gefco di rafforzare la competitività del suo network europeo.

CEVA AMPLIA L'ACCORDO COL GRUPPO FIAT IN SPAGNA E PORTOGALLO

Il 3PL ha esteso l'accordo con il gruppo Fiat siglando un ampliamento di contratto che prevede la gestione della supply chain per tutti i marchi del gruppo Chrysler LLC (Chrysler, Jeep e Dodge). L'accordo prevede che Ceva gestisca le attività di stoccaggio e distribuzione dei pezzi di ricambio destinati ai rivenditori che distribuiscono i prodotti dei marchi Chrysler LLC in Spagna e in Portogallo. Le attività operative saranno basate ad Alcalá de Henares, nei pressi di Madrid, all'interno dell'attuale struttura che Ceva gestisce per conto del gruppo Fiat. Il magazzino esistente verrà ampliato di 4.000 mq per poter ospitare i volumi aggiuntivi. L'operatore gestirà circa 30.000 articoli all'anno provenienti dall'Italia e si occuperà del ricevimento a magazzino, del picking e della distribuzione finale a 11 dealer in Portogallo e 92 in Spagna. Gestirà inoltre le attività di reverse logistics e di gestione degli scarti di batterie, prodotti danneggiati e altro materiale come carta e legno, che verranno raccolti e riciclati.

CARGOLUX CEDE IL 35% A QATAR AIRWAYS

L'accordo consente alla Qatar Airways di rafforzare la sua posizione nell'airfreight. Il vettore arabo offre servizi merci dalla base di Doha verso oltre 100 destinazioni; opera con una flotta mista che comprende pure cinque freighter – tre Airbus A300-600 e due Boeing 777 - che volano in sei continenti. Cargolux opera con una flotta di 16 Boeing 747 freighter verso oltre 90 destinazioni. E' il vettore di lancio per il nuovo Boeing 747-8 freighter con 13 esemplari ordinati. ■

SERDOCKS

CONSULENZE

Serdocks fornisce supporto agli operatori logistici per:

- Progettazione di infrastrutture fisiche e informative.
- Studi ed analisi di mercato.
- Attività di vendita, marketing, pubblicità, organizzazione di manifestazioni e convegni.
- Selezione di fornitori e definizione della contrattualistica.
- Approvvigionamento di beni e servizi.
- Gestione e controllo di iniziative di trasformazione aziendale.
- Organizzazione di corsi di formazione.
- Selezione e supporto per accedere ai contributi della formazione.

SERVIZI

Serdocks eroga servizi alle aziende per:

- Gestione dei sistemi informativi.
- Gestione dei processi non "core" (personale, contabilità)

COMUNICAZIONE

Serdocks ricopre il ruolo di referente principale per le aziende del settore, nella fornitura esclusiva di dati e di informazioni.

È editore di:

- EUROMERCI rivista di logistica, distribuzione e trasporto.
- Altri periodici e pubblicazioni.

Serdocks vanta referenze con operatori locali, globali e con associazioni di categoria di rilievo nazionale. (Assologistica)

Serdocks S.r.l.
Via Coriola, 19 - 20124 Milano
Tel. +39 02 66 91 567
Fax: +39 02 66 71 42 45
Email: serdocks@serdocks.it



SERDOCKS S.R.L.



FORMARE I GIOVANI? SÌ, CON FLESSIBILITÀ E IN MODO PRATICO

Per una maggiore efficacia, l'azione formativa deve presentare - tra le sue caratteristiche - soprattutto la praticità. Deve poi essere flessibile, orientare e favorire il "saper essere".

di **Federica Catani**

Scuola Nazionale Trasporti e Logistica

La formazione professionale dei giovani ha subito recentemente una grande trasformazione. Oggi è in corso un cambiamento "epocale" che ha reso i giovani maggiormente protagonisti dei processi di apprendimento e ha coinvolto concretamente e attivamente le realtà aziendali e settoriali nella definizione delle metodologie e dei programmi. "Scuola nazionale trasporti e logistica" è stato il primo ente di formazione in Italia a promuovere corsi specialistici nel settore della logistica e del trasporto, non solo rivolti ad operatori, ma anche a giovani diplomati e laureati in cerca di lavoro. "La Scuola nei suoi venti anni di attività ha realizzato qualcosa come 37.000 ore di formazione rivolta a giovani disoccupati e li ha formati nel numero di oltre 800", dice il suo direttore Genziana Giacomelli.

Non sono pochi i giovani che negli anni hanno riposto nella formazione la speranza di un lavoro rispondente alle proprie aspirazioni e motivazioni: "Il loro successo - prosegue Giacomelli - è anche il successo di chi promuove e organizza questi percorsi. A distanza di anni, molti allievi sono diventati a loro volta docen-

ti nei confronti delle nuove generazioni. E con la maggior parte di loro si sono mantenuti, a vari livelli, rapporti di stima e collaborazione. Per cui oggi si può con soddisfazione parlare di una vera "rete" di ex allievi, che si compone e arricchisce di sempre nuovi elementi."

A conferma del fatto che la formazione non può essere considerata un'esperienza separata dai contesti produttivi e settoriali cui si riferisce, molte imprese interessate a inserire nel proprio organico nuovo personale commissionano agli Enti di formazione percorsi formativi utili a far acquisire ai giovani candidati le competenze necessarie. "E' vero - conferma Giacomelli - molte sono state le richieste che ci sono state rivolte dalle imprese relativamente alla possibilità di organizzare percorsi specifici per l'inserimento. Non solo: spesso l'iniziativa è stata intrapresa non da singole aziende, ma promossa da Enti e Istituzioni, come le

Autorità Portuali. In questo modo la formazione giovani diventa un possibile valore non solo per le imprese intenzionate ad assumere nuovo personale, ma un valore capitalizzabile per un intero territorio o settore."

Ma quali sono i percorsi che caratterizzano l'offerta formativa della Scuola? "Si tratta principalmente di percorsi post-laurea e post-diploma - dice Giacomelli - I primi sono finalizzati a formare esperti in logistica, altamente specializzati in grado di ricoprire posizioni manageriali e gestire con competenza situazioni complesse relative alle varie fasi delle attività di trasporto, con particolare attenzione al trasporto marittimo. I percorsi post-diploma sono invece finalizzati alla formazione di figure più operative o di tipo impiegatizio, con particolare riferimento a compiti di gestione documentale. La validità di entrambi i percorsi è stata confermata dall'esperienza e dall'impatto notevole avuto in ambito occupazionale. Un impatto che non ha subito eccessivi contraccolpi, nemmeno da parte della recente crisi economica."

Chiediamo se è possibile, tuttavia, fare qualche comune riflessione e se ci sono parole chiave che più di altre entrano di diritto nella definizione di un'eccellente offerta formativa. "Innanzitutto, **praticità**. La formazione deve essere im-



VENT'ANNI NEL SETTORE

La Scuola Nazionale Trasporti e Logistica della Spezia festeggerà i suoi 20 anni di attività, presso la suggestiva cornice di Villa Marigola di Lerici (La Spezia). L'evento, dal titolo **"Scuola Nazionale Trasporti e Logistica. 1991-2011: la formazione corre a fianco delle imprese. La Spezia, l'Italia ed oltre"**, sarà occasione privilegiata per presentare

gli importanti risultati raggiunti dalla scuola in questi anni, ripercorrendo il tema della formazione al servizio delle imprese e dei giovani.

Interverranno relatori provenienti dal mondo della logistica, del trasporto, della politica, dell'università, che daranno vita a una giornata di studio e approfondimento per il settore.

Tra i relatori sarà presente Sergio Maria Carbone dell'Università degli Studi di Genova, massimo esperto in materia di diritto marittimo.

INFO: tel. 0187.779162 - e.mail: snt@scuolatrasporti.com

*prontata a praticità e spendibilità delle competenze, sia che queste siano destinate ad essere spese in un contesto operativo o in un contesto d'ufficio. Per questo i percorsi formativi prevedono l'intervento costante di operatori del settore, nonché momenti di osservazione privilegiata, quali visite di studio in contesti professionali. Gli stage e le work experience previsti al termine di ogni percorso ne rappresentano una caratteristica irrinunciabile. In secondo luogo, **flessibilità**. Nonostante ogni figura professionale abbia caratteristiche e linee guida*

*di riferimento, è inevitabile che la definizione dei percorsi non possa darsi una volta per tutte, ma maturi nel contatto continuo con le imprese del settore, che manifestano esigenze sempre nuove, in linea con la complessità del mercato. In terzo luogo, **saper essere**. "Sapere", avere competenze specializzate, è condizione necessaria, ma non sufficiente, per trova-*

*re e poi permanere nel mondo del lavoro. E' necessario acquisire tutta una serie di competenze trasversali, che consentano alle persone di approcciare efficacemente il mondo del lavoro, secondo una visione a 360°. E, in ultimo, **orientare**. La formazione deve supportare le persone attraverso concreti strumenti di conoscenza e approccio alla realtà del la- ■*



Assologistica, l'Associazione nazionale

che tutela e promuove gli interessi della logistica

ASSOLOGISTICA è l'Associazione nazionale delle imprese logistiche, dei negozianti generali e logistici, dei fornitori operatori portuali, aeroportuali e aeroportuali.

Scopo principale dell'Associazione è di promuovere e tutelare la tutela, da un lato, dell'efficienza e la qualità delle imprese aderenti, nonché l'interesse del sistema logistico nazionale nel suo complesso. In particolare, ASSOLOGISTICA si occupa di attività di tutela e promozione delle infrastrutture per la logistica e gli operatori stessi che si utilizzano.

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

In tale ambito si è ormai affermata l'esperienza irripetibile di formazioni associative connesse a compagnie, al fine di non perdere mai gli stessi contatti della logistica nel settore. Una forte rete operativa di compagnie aderenti, da un lato, favorisce di conseguenza la competitività e, dall'altro, la possibilità di intervenire coerenti, politici e costruttivi nei confronti delle istituzioni, del Governo, della Pubblica Amministrazione, della Part Social e di tutto il mondo imprenditoriale.

ASSOLOGISTICA ha costituito un centro nazionale, Assologistica Culture 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.



Assologistica

ALLE PMI ITALIANE LA FRANCIA PIACE

Dopo la Germania è l'Italia a creare il maggior numero di posti di lavoro nel Paese transalpino, con 54 progetti sui 508 di provenienza europea.

di **Carolina Quaglia**

In un contesto internazionale contraddistinto da una ripresa fragile dell'attività economica, gli investitori italiani mantengono elevato il loro interesse per il mercato francese. Dei 508 progetti di investimento di provenienza europea registrati in Francia nel 2010, 54 sono portati da imprese italiane. Questi progetti consentiranno di mantenere o creare 2400 posti di lavoro. Per il terzo anno consecutivo, l'Italia si colloca, a livello euro-

peo, al secondo posto dopo la Germania per numero di posti di lavoro creati o mantenuti e al terzo posto per numero di progetti, dal momento che le aziende del Regno Unito hanno realizzato un numero di interventi leggermente superiore (61 progetti contro 64). L'Italia era classificata al quinto posto nel 2007.

I progetti di investimento italiani del 2010 riguardano gran parte del territorio francese (13 regioni su 22), tuttavia l'Ile-de-France domina nettamente, poiché accoglie in pratica un quarto dei progetti provenienti dall'Italia. La regione Rodano-Alpi conferma la forte capacità attrattiva esercitata nel tempo sugli imprenditori italiani, con il 20% dei progetti. Seguono la Regione Centro (11%), l'Aquitania (7%) e la Provenza-Alpi-Costa Azzurra (7%). Queste regioni accolgono da sole oltre 2/3 dei progetti. La principale regione di provenienza dei progetti italiani è la Lombardia (un terzo dei progetti). Seguono il Veneto (12,3%), il Piemonte (12,3%), l'Emilia-Romagna (12,3%) e il Lazio (10,5%).

Le attività di produzione rappresentano la parte preponderante degli in-

vestimenti italiani in Francia (47%), mentre rappresentano rispettivamente soltanto il 35% e il 25% dei progetti tedeschi e inglesi. Questo dato conferma l'importante presenza storica delle industrie tradizionali italiane sul territorio francese. Seguono i centri decisionali (19%) e i servizi alle imprese (17%). Sul piano settoriale, gli investimenti italiani sono caratterizzati, come negli anni precedenti, dal predominio del settore industriale (2/3 dei progetti), cui seguono i servizi con il 21% degli interventi. Va sottolineata la forte avanzata dei settori farmaceutico e cosmetico, che rappresentano il 10% dei progetti contro il 3,5% del 2009.

Come nel 2009, il 2010 si è distinto per l'importanza dei progetti di ampliamento dei siti che erano già esistenti (48%), rivelando le positive anticipazioni delle imprese italiane insediate in Francia. La creazione di nuovi siti si colloca parimenti a un livello altrettanto elevato (37%). Va osservato infine come, negli anni precedenti, il recupero delle aziende francesi in difficoltà costituisca una modalità operativa privilegiata per gli investitori italiani, dal momento che l'incidenza di questo tipo di interventi (16%) è doppia rispetto a quella di altri Paesi. ■

**Un quarto degli
interventi italiani
si indirizza
alla regione
dell'Ile de France,
seguita
dal Rodano-Alpi**



Fotolia.com

MAGAZZINO SATURO? LA TUA LOGISTICA È LENTA ED AFFATICATA?



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

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

GRUPPO
Logistico

www.logd.it

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