

05/10/2016

## Parla Christophe Poitrineau di CEVA Logistics Italy

Incontriamo Christophe Poitrineau nella sede di Assago (Milano). Poitrineau è ora a capo di Ceva Logistics Italia, ma ha una lunga e importante carriera nella logistica globale e nei servizi di supply chain anche a livello internazionale, avendo operato per anni in Cina.

**Lei ha un'esperienza internazionale in ambito logistico, avendo lavorato in differenti mercati. Dal suo punto di osservazione quali sono i trend in atto nella logistica internazionale?**

**Poitrineau:** Il fattore che sta incidendo fortemente su flussi e organizzazione logistica mondiale è l'avvicinamento massiccio ai consumi delle classi medie di Paesi asiatici e anche africani. La mappa della logistica è cambiata: dietro questo bacino crescente di consumatori (in India, Cina, Indonesia con 250 milioni di persone, Vietnam 92 milioni di potenziali consumatori, ecc.) c'è una logistica sempre più internazionale e quindi investire su questi Paesi a livello logistico non solo è strategico, ma una necessità non più prorogabile. E' poi cambiato anche il modo di consumare: l'eCommerce sta esplodendo un po' ovunque. Il Paese più avanzato a livello mondiale da questo punto di vista è la Cina, molto di più che gli stessi Usa, dal momento che qui l'ultimo miglio costa poco ed è molto affidabile, con un forte fenomeno di uberizzazione; con sistemi di etichettatura, tracciabilità e capacità di gestire una flotta di sub-contractor che sono molto diversi: dal piccolo furgoncino alla consegna con l'ape car. Detto questo un altro fattore quindi che la logistica sta evidenziando è un massiccio processo di dematerializzazione e tecnologizzazione dei processi.

**In tutto questo come si colloca la logistica europea?**

In Europa la logistica presenta un livello di automazione molto avanzato. Il Vecchio Continente resta un modello da imitare per la sua capacità di fare "lean" ed efficienza, anche perché la crisi ha svolto un ruolo importante in questo senso. Nel segmento automotive i gruppi cinesi stanno cercando sempre più contatti con gli europei, perché riconoscono loro di avere attivato un forte miglioramento dei processi e quindi una capacità di innovazione significativa. Avendo avuto la crisi per anni, noi europei abbiamo sviluppato una expertise elevata nel ridurre i costi. E quindi abbiamo molto da insegnare.

**Come viene percepito il tema della multi-modalità in Cina, dove lei ha operato a lungo?**

E' un tema molto sentito: del resto su un territorio così vasto ha senso sviluppare il trasporto merci su treno. Ho visto in pochi anni passare da servizi treno dedicati solo alle commodities a servizi ferroviari riservati sempre più a differenti tipologie di merci. Inoltre l'utilizzo del treno tra Cina ed Europa sta crescendo significativamente. Da segnalare che i collegamenti su rotaia anche per il settore merci sono sponsorizzati dal Governo cinese.

**Quali sono le sfide alle quali il nostro settore deve rispondere?**

L'innovazione resta fondamentale, partendo anche da aspetti basilari: ad esempio l'ottimizzazione di un processo è già di per sé innovazione. In Italia c'è un tessuto di piccole e medie aziende con notevoli capacità innovative e molto interessanti da questo punto di vista. L'altra sfida è connessa all'eCommerce e alle questioni legate a distribuzione dell'ultimo miglio, a capacità informatica per gestire ordini complessi e picchi di attività. Inoltre il mondo retail storicamente organizzato con preparazioni a strato, a bancali e a collo dovrà fare i conti col sopravvento dell'unità di consumo, che si avvicina sempre di più

alla realtà del punto vendita e anche questa è una sfida tutta da vincere.

**In Italia il concetto di logistica collaborativa è stato declinato facendo massificazione sui costi fissi come nel caso delle vostre città del libro e del pharma. Il modello ha dunque funzionato?**

Il modello ha funzionato e funziona anche sulla parte distributiva, dimostrando che si può quindi massimizzare anche a valle. Nelle nostre città del libro, del farma, del tech e del tyre chi fa integrazione è però il 3PL tramite edifici multi cliente. La città del libro mi ha impressionato molto positivamente per il suo livello organizzativo e per l'altissimo livello di qualità operativa, in un ambito così complicato.

**Che cosa fa del nostro Paese un Paese moderno in ambito logistico e che cosa invece richiede ancora del duro lavoro per farci essere al passo con i competitor internazionali?**

All'Italia va riconosciuta indubbiamente un'elevata capacità di innovazione, resta il problema infrastrutturale, anche se con Expo 2015 ho visto parecchie nuove realizzazioni infrastrutturali a Milano e hinterland. Quello che nel nostro Paese manca è una politica per facilitare la nascita di un gruppo logistico italiano a dimensione e impronta internazionale: francesi, tedeschi, olandesi con l'aiuto dello stato (che siano ferrovie o poste) sono riusciti a creare un grande operatore logistico internazionale. E ciò è strano, perché se si guarda all'Italia anche solo da un punto di vista geografico-marittimo si comprende quanto sia un Paese interessantissimo, a metà strada tra Oriente e Occidente, con collegamento diretto al nord Africa.

**Lei ha lasciato l'Italia qualche anno fa: come la ha ritrovata?**

Sempre bella. Lavorarci resta complicato, a causa di un quadro legale-fiscale complesso.

**Se non c'è innovazione c'è implosione: questo assioma vale anche per la logistica? Se sì, cosa vuol dire innovare nel nostro settore, tenendo conto di quanto la rivoluzione digitale stia cambiando le carte in tavola?**

La rivoluzione 3D avrà un impatto notevole, in particolare sul segmento della ricambistica: se il 3D si diffonderà localmente anche gli schemi logistici e di trasporto verranno rivoluzionati, perché si avrà un avvicinamento della produzione al bacino di consumo, con addirittura l'operatore logistico che potrà fungere da operatore 3D, con amplificazione dei suoi servizi. Il flusso inbound subirà grandi modifiche. C'è poi il fattore eCommerce che sta producendo un forte cambiamento nel rapporto tra retail e produttore, con il primo anello che deve adeguarsi a nuovi canali di vendita e di rapporto con i produttori.

**Quali sono le strategie a breve-medio termine di Ceva Italia?**

Entrando in Ceva ho scoperto un'azienda molto professionale, con un livello di servizio eccellente. Con un mercato sempre più competitivo, ritengo prioritario investire sull'ottimizzazione dei processi. Importante è anche il tema dell'eCommerce non solo domestico, ma anche legato all'import-export. Il settore fast moving consumer goods va poi spinto e qui è necessario crescere negli investimenti tecnologici (master data management, pianificazione, ergonomia). Voglio inoltre sviluppare la nostra già forte capacità di innovazione, soprattutto in termini di automazione, una capacità da offrire poi ai clienti, sempre più sensibili su questo tema. Da puntare infine anche sul nostro network trasporti: una realtà consolidata, integrata e riconosciuta come ottima in termini di servizi.

**Ci sono settori su cui intendete puntare maggiormente?**

Publishing, ricambistica in senso ampio, elettronica, telefonia e consumer & retail restano al centro dei nostri interessi.

**Ornella Giola**