

09/01/2019

Vladislav Lagun, capo del dipartimento di AsstrA USA

"Quando sei a Roma, agisci come un romano" - il proverbio è vero non solo per l'Italia, e non solo per i viaggiatori. Comprendere le tradizioni del mercato e usarle nella propria attività - una delle regole d'oro di un business di successo. Soprattutto quando si tratta delle aziende internazionali che lavorano nello stesso tempo in diversi continenti. Sembra che gli Stati Uniti abbiano smesso da tempo di essere una terra incognita per i manager europei: sono stati pubblicati centinaia di libri e manuali dettagliati su questo Paese, e si tengono regolarmente i seminari sull'avvio di un'impresa sulla Terra Nuova. Tuttavia, per ogni settore c'è la sua specificità e ci sono i suoi lifehacks (strategie per gestire il proprio tempo e le attività quotidiane in modo più efficiente). A proposito di come il business della logistica potrà entrare nell'arena degli affari degli Stati Uniti e se sarà in grado di possedere la sua piccola fetta di una grande mela, ecco cosa ci rivela il capo del dipartimento di AsstrA USA Vladislav Lagun.



Il capo del dipartimento di AsstrA USA Vladislav Lagun

Vladislav, quale è stato l'impulso per la creazione del dipartimento di AsstrA USA? **Lagun:** L'impulso principale, sia per la creazione del dipartimento che per lo sviluppo della società nel suo complesso, era, è e sarà, **l'aspirazione di AsstrA a diventare un leader nell'arena internazionale delle aziende di trasporto e logistica.** Nel 2015, in AsstrA è stato introdotto un nuovo concetto - Trade Lane Management (TLM). Il significato del TLM è che nella maggior parte delle aree di trasporto (TL - Trade Lanes) ci sono diversi percorsi alternativi su cui è possibile effettuare il trasporto con i vari mezzi. Il team di AsstrA ha deciso di offrire ai clienti non una singola soluzione preconfezionata, ma piuttosto la possibilità di personalizzare un'opzione di consegna che meglio si adatta alle loro particolari esigenze.

Il concetto TLM ha favorito i percorsi con una maggiore distanza di trasporto? **Lagun:** Esattamente e i corridoi Cina-UE / CIS-Cina e USA-UE/ CSI-gli Stati Uniti sono stati scelti come Trade Lanes prioritarie per lo sviluppo. Pertanto, l'apertura del dipartimento di AsstrA USA è la logica prosecuzione della politica aziendale nel suo complesso. **Il dipartimento specializzato è un vantaggio competitivo, un indicatore del nostro orientamento al cliente.** Con il suo aiuto attiriamo nuovi clienti e ampliamo la cooperazione con quelli esistenti. Un secondo impulso è stato rappresentato dagli indicatori oggettivi: **nel 2017, prima dell'apertura del dipartimento, AsstrA ha trasportato 3.400 tonnellate di carico verso il TL associato agli Stati Uniti.** Dato che tutto il flusso di scambi da / per gli Stati Uniti nel 2016 è stato di 37.000 chilotonnellate, è diventato chiaro che AsstrA ha ancora un grande potenziale di crescita in questo corridoio di trasporto, e un altro nuovo team è necessario per supportare questa crescita.

Quali difficoltà avete dovuto affrontare all'inizio? **Lagun:** Il mercato dei trasporti nel corridoio Europa-USA-Europa è ben sviluppato, quindi la principale difficoltà per la logistica, che sta appena iniziando a muoversi in questa direzione, è una forte concorrenza. **Bisogna avere dei vantaggi competitivi potenti o specifici per resistere a una dura lotta.** Un problema inaspettato per noi è stato l'atteggiamento delle spedizionieri americane verso i nuovi partner. Un gran numero dei primi contatti non ha portato a nulla, poiché non c'era interesse reciproco nella cooperazione con la parte americana, e le nostre richieste sono state spesso ignorate. Anche in molte spedizioni americane, la maggior parte delle decisioni si prendono al livello centralizzato, il motivo per cui le nostre persone di contatto non potevano rispondere a una parte delle domande e ritardavano la loro decisione con il pretesto di concordarla con i capi. **La ricerca di agenti affidabili si è rivelata un processo in cui è stata necessaria molta pazienza, ma che è stato completato con un successo a lungo termine.** Quindi, nella fase iniziale, consiglio di dedicare più tempo e attenzione alla ricerca e alla selezione di partner affidabili, questo è esattamente l'investimento di sforzi di cui non ci siamo mai pentiti.



States, terra di grandi opportunità per i logistici europei

Qual è il suo parere quanto all'effetto delle sanzioni decise dall'amministrazione Trump? **Lagun:** Questo tema spesso in prima linea nei media, è discutibile. Analizzando i dati di Panjiva- una società internazionale di analisi dei dati commerciali - **per il secondo trimestre del 2018 il tonnellaggio dei trasporti tra USA ed Europa è aumentato dell'8% rispetto allo stesso periodo del 2017 e per giugno-luglio (dopo l'introduzione reciproca delle tariffe per diverse categorie di merci) c'era un aumento del 6,5%.** A mio parere, le sanzioni non hanno un tale impatto sul commercio, come è consuetudine replicare nei media. Il fattore decisivo erano e sono ancora gli indicatori economici dei Paesi, come il PIL o le spese dei consumatori.

Quali schemi di trasporto sono i più ottimali in termini di prezzo e tempistiche? **Lagun:** Sia in mare che nel trasporto aereo ci sono sempre 3 componenti: trasporto pre-carro (pre-carriage) / marittimo o aereo (trasporto principale) (main carriage) / trasporto merci (on-carriage). La scelta dello schema dipende, da un lato, dal percorso. Il prezzo e il tempo di transito sono fortemente legati ai vettori e alle infrastrutture di trasporto nella regione di carico e lungo il percorso. D'altra parte, le condizioni specifiche, come il tipo di carico, i termini, le merci spedite determinano lo schema finale di trasporto. Spesso, se le merci sono poco costose, l'opzione migliore è prenderle e spedirle in un container marittimo. Allo stesso tempo, il trasporto verso il porto di partenza può essere effettuato utilizzando una nave portacontainer (a breve distanza) o utilizzando una piattaforma ferroviaria (per lunghe distanze, se l'infrastruttura lo consente lungo il percorso).

Quali sono le "insidie" delle spedizioni marittime negli Usa che bisogna conoscere? **Lagun:** In primo luogo, c'è una caratteristica nel mercato americano: le linee marittime sono riluttanti a dare tariffe dalla porta del mittente. In secondo luogo è importante monitorare la situazione con le sanzioni. Di norma, i clienti stessi controllano se il loro prodotto o il loro partner rientra negli elenchi delle sanzioni. Ma anche un solo contenitore con la merce sanzionata può causare seri danni al cliente. C'è anche un problema della carenza di conducenti e portacontainer, il che significa che i container possono aspettare a lungo il proprio turno per uscire dal porto.

Quali obiettivi a breve termine Asstra si è prefissata in America? **Lagun:** Entro il 2020 avere un fatturato di 6,6 milioni di euro in aree collegate agli Stati Uniti. Questo è un piano realistico, realizzabile concentrandosi sulle singole Trade Lanes, sviluppando relazioni con compagnie marittime e compagnie aeree, nonché partnership strategiche con agenti per aumentare il potere d'acquisto.

Ci racconti dei casi interessanti che avete affrontato? **Lagun:** C'è stato un caso interessante all'inizio di quest'anno, quando stavamo portando cosmetici per il nostro cliente in Europa. Per la consegna, il termine era inizialmente determinato, poiché il carico faceva parte della collezione. Sfortunatamente, il caricamento del container è capitato nel periodo in cui si è verificata una grave carenza dei posti sulle navi. Nessuna compagnia marittima, per qualsiasi prezzo, accettava di fornire il posto sulla nave – tutti i posti disponibili erano occupati dalle aziende che avevano prenotato un posto su un tragitto specifico diverse settimane prima. Gli specialisti del dipartimento non perdevano tempo e cercavano un posto libero, discutendo con il cliente la possibilità di uno schema alternativo di consegna con l'aereo. Quando è stato chiaro che il trasporto con il container non ci avrebbe permesso di consegnare la merce in tempo, abbiamo organizzato in due giorni il trasporto con l'aereo e la marcatura di 10 tonnellate di cosmetici. Ciò dimostra che, grazie agli sforzi individuali e all'orientamento al cliente si ottiene un risultato eccellente. La consegna è stata organizzata in tempo e la situazione risolta operativamente è diventata la condizione di un ulteriore sviluppo delle relazioni con il cliente. La logistica è un piacere!

Info: asstraitalia@asstraitalia.com