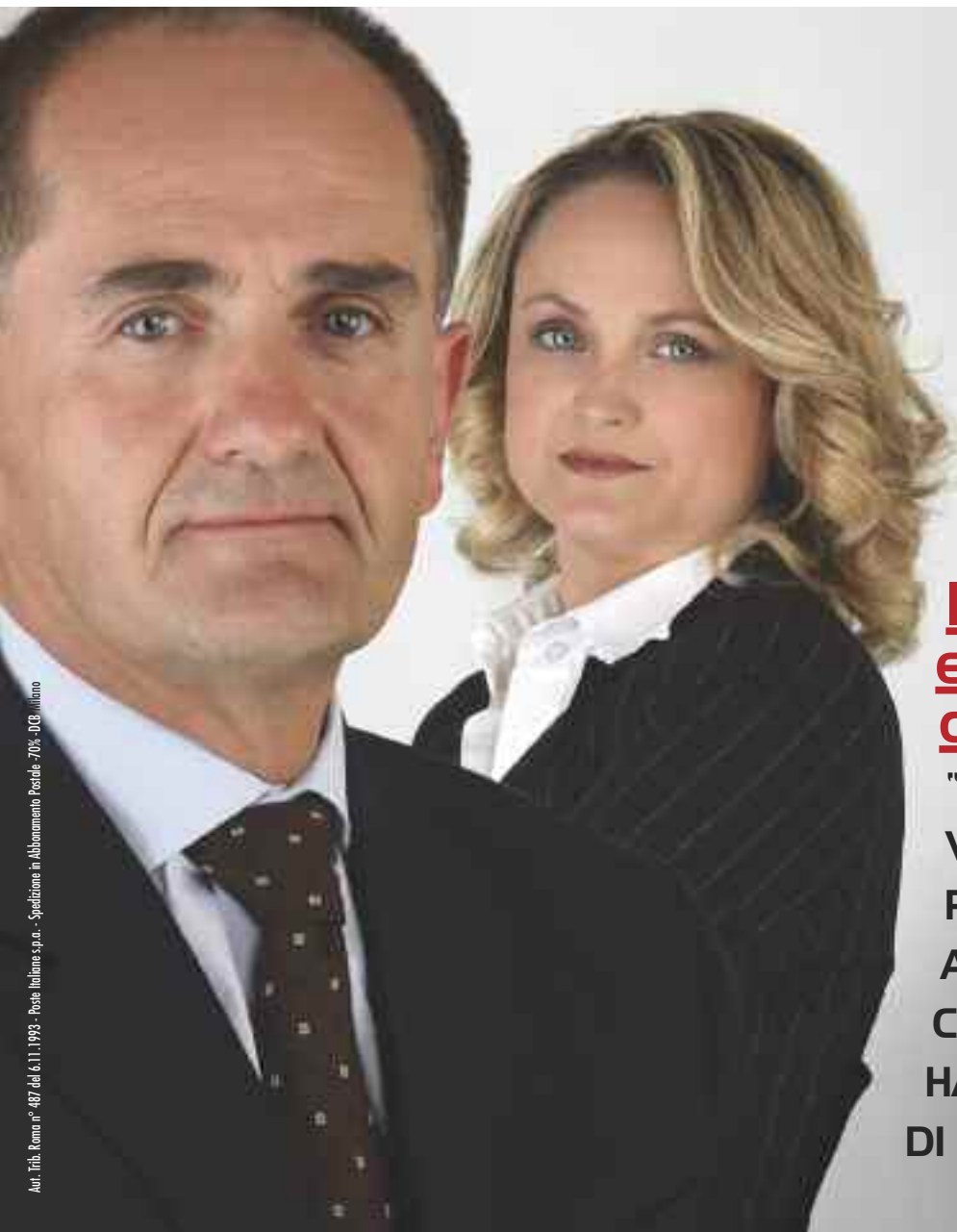


€uromerci

N°5 MAGGIO 2010 Euro 5.00

IL MENSILE DELLA LOGISTICA



**Isabella Longhi
e Marco Rondi
di Incas Group**

**"IL MERCATO E'
VINCENTE
PER QUELLE
AZIENDE CHE,
CON CORAGGIO,
HANNO DECISO
DI CAMBIARE"**

LOGISTICA DELL' AUTOMOTIVE IN TEMPO DI CRISI

SPORTSYSTEM

**Dova va questo
distretto strategico?**

SISTEMA SISTRI

**In arrivo i primi
obblighi per i rifiuti**

RISK MANAGEMENT

**Una funzione vitale
per essere competitivi**

Nuovo spazio per la tua attività

VIGNATE - MI
VIA MONZESE, 34

Nuova realizzazione, in prossimità della SP Rivoltana, a soli 8 km circa dall'aeroporto di Milano-Linate, composta da capannoni con rialte e uffici.

Il complesso è sviluppato su un'area di ca. 21.000 mq. La superficie lorda di pavimento è di ca. 14.800 mq frazionabili in lotti a partire da 3.700 mq ca., ognuno dei quali dotato di ampio piazzale per le manovre.

CARATTERISTICHE TECNICHE:

- Struttura portante prevalente in cemento armato precompresso
- Copertura in tegoli coibentati e protetti con guaina ardesiata
- Serramenti esterni con profili in alluminio a taglio termico e dotati di vetrocamera
- Portoni sezionali per il carico, e portone a libro
- Rampe di carico
- Evacuatori di fumo in polycarbonato
- Impianti di riscaldamento e raffrescamento delle aree di servizio e degli uffici
- Impianto fotovoltaico
- Impianto ascensore
- Impianto d'allarme e di videosorveglianza
- Classificazione energetica B



COMMERCIALIZZAZIONE A CURA DI:



Affiliata: TECNOCASAZIENDA S.R.L.

TORRE 4 - PIANO 1° INT. 15 - SEGRATE (MI)

TEL 02.70.30.00.11

e-mail: mifa7@tecnocasa.it - Iscrizione ruolo società: MB-1504577



www.laducate.it



VI SEGNALIAMO

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

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

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

Direttore responsabile
Jean Francois Daher

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

Progetto grafico
Mina Florio

Stampa
Mediaprint Milano

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

Intervista a Isabella Longhi e Marco Rondi

**"INCAS PUNTA A ESSERE
ATTORE DI PRIMO PIANO"**

2

Approfondimenti

**DOVE VA IL DISTRETTO
DELLO SPORTSYSTEM?**

6

Rifiuti

**SISTRI: ARRIVANO
I PRIMI OBBLIGHI**

14

Focus - 1

**LA LOGISTICA DELL'AUTOMOTIVE
TRA "AUDIT" E CRISI DI MERCATO**

24

Economia & trasporti

**LA LOMBARDIA PIU' VICINA
AL MAR MEDITERRANEO**

36

Focus - 2

**TENDENZE E NOVITA' DI PRODOTTO
DAL MONDO DEL MATERIAL HANDLING**

48

Immobiliare

**WORLDCAPITAL PROPONE
IL TEMPORARY LOGISTIC STORE**

62

**PREVEDERE & PIANIFICARE
MAGAZZINO AUTOMATICO DEL MESE
ASSOLOGISTICA NORD EST
TRENTA GIORNI**

**18
52
68
72**

CERTIQUALITY

**IL LEADER DELLA CERTIFICAZIONE NELLA LOGISTICA
E NEI TRASPORTI**

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

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

CERTIFICAZIONE INTEGRATA

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



ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ

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

www.certiquality.it

VENEZIA: tel. 041 5094233/4 - BOLOGNA: tel. 051 36723.75/6
FIRENZE: tel. 055 577804/804233 - ROMA: tel. 06 97271100/099
NAPOLI: tel. 081 5628494 - BARI: tel. 080 5046136
CATANIA: tel. 095 497007

"PUNTIAMO A ESSERE ATTORI DI PRIMO PIANO"

Giocare sempre più il ruolo di player italiano di riferimento per il settore dell'automazione di magazzino: è questo l'obiettivo del Gruppo Incas.

di Ornella Giola



ISABELLA LONGHI
E MARCO RONDI

Incas nasce a Biella nel 1981. Luogo e data di nascita non sono casuali. All'inizio degli anni Ottanta il Biellese è il cuore dell'industria tessile piemontese con una leadership mondiale per il comparto laniero. Sono gli anni in cui arrivano i primi segnali di mutamento. L'invasione di merci a basso costo provenienti dai Paesi in via di sviluppo indica alle aziende locali che la via per restare sul mercato non è altro che quella di puntare su qualità e alta tecnologia. Tra i pionieri di questo orientamento vi è Ermanno Rondi, che dà vita a Incas con l'obiettivo di progettare interventi di automizzazione e informatizzazione nel settore manifatturiero. "Oggi nel gruppo Incas operano circa 150 persone; siamo una tra le principali realtà italiane nel campo dei sistemi di automazione del-

la supply chain. Siamo un system integrator che acquista - su nostro progetto - la meccanica da partner consolidati, mentre realizziamo in proprio tutta la parte elettrica e informatica di un progetto di automazione". Esordisce così il direttore commerciale Marco Rondi, che abbiamo intervistato assieme al direttore tecnico Isabella Longhi.

COME MAI LA SCELTA DEL NOME, INCAS?

Longhi: Gli Incas sono stati il primo popolo a essersi dotato di un sistema di contabilizzazione dei magazzini impiegando uno strumento detto 'quipu', un insieme di cordicelle annodate di cotone colorate. Col 'quipu' si poteva registrare e trasmettere un'ingente quantità di dati in mancanza della scrittura.

RIPERCORRIAMO LE PRINCIPALI TAPPE DELL'EVOLUZIONE DI INCAS?

Rondi: Agli esordi Incas si specializza nella produzione di sistemi di etichettatura e pesatura automatica che forniva ai maggiori produttori di sistemi di handling; dall'85 al '92 opera dunque come terzista per conto di varie aziende; nell'88 realizza Easystor, il sistema WMS di gestione operativa per l'ottimizzazione delle attività logistiche di magazzino; dal '92-93 la società è attiva direttamente nel settore dell'automazione di handling e stoccaggio, avviando il primo impianto automatizzato presso la società Bonfiglioli

di Bologna; dal '97-'98 si impone come player importante del settore; infine nel 2007 avviene la fusione con Nortech impianti, società da me fondata nell'84.

QUALI LE SPECIFICITÀ DI NORTECH IMPIANTI?

Rondi: La società si occupa inizialmente di reti dati e impiantistica elettrica, evolvendo nel tempo verso la quadristica a PLC per il governo delle linee di movimentazione e per il controllo delle utenze tecnologiche. Attualmente il marchio Nortech impianti rappresenta - all'interno del gruppo Incas - la divisione che realizza le attività inerenti l'impiantistica elettrica e



la realizzazione di sistemi per la sicurezza.

QUALI I VOSTRI OBIETTIVI A BREVE?

■ **Rondi:** Entro il 2015 vogliamo certificarci come player italiano di riferimento per l'automazione di picking e stoccaggio. Al momento siamo già tra i leader nella realizzazione di impianti di picking medi e grandi, mentre nello stoccaggio operiamo con realtà di medio-piccole dimensioni, ma - nei nostri intenti - c'è quello di servire anche in quest'ultimo comparto delle aziende di grandi dimensioni.

IL GRUPPO INCAS HA ANCHE UNA VOCAZIONE INTERNAZIONALE. IN QUALI PAESI SIETE PRESENTI?

Rondi: In Sud America operiamo in Messico e Brasile, dove le nostre soluzioni erano leader nel comparto tessile. Un mercato, quello tessile, dal quale siamo usciti giusto prima dell'inizio della sua crisi. Nel 2000 il fatturato Incas Group generato dal tessile era pari al 60%, oggi si assesta intorno al 3%. La scelta di uscire dal comparto tessile è

dovuta soprattutto alla mia personale volontà di spaziare ed esplorare anche altri settori. Abbiamo avuto fortuna a perseguirla e i dati ci hanno dato ragione: nel 2000 Incas e Nortech generavano complessivamente 12 milioni di euro di fatturato, oggi il gruppo ne fattura 22. Disponiamo inoltre di una sede operativa a Barcellona per seguire meglio il mercato spagnolo.

IN QUALI SETTORI OPERATE PREVALENTEMENTE?

Longhi: Sono i più disparati, in quanto siamo presenti in più comparti; in alcuni però godiamo di una posizione di leadership, come nel caso di editoria e settore elettrico.

E VENIAMO ALLA VOSTRA MISSIONE

Longhi: Siamo un system integrator che non ha alcun interesse a vendere

"Acquistiamo la meccanica, mentre produciamo in proprio la parte elettrica e l'informatica"

questa o quella soluzione specifica. Quando avviciniamo un'azienda partiamo sempre dai numeri e in genere andiamo al di là di quello che il cliente ci chiede, portando a galla problemi di cui il nostro interlocutore a volte non ha neppure consapevolezza. Dal cliente di solito andiamo assieme Marco

Rondi ed io; io mi faccio carico dell'analisi dei numeri e di elaborare una proposta con la soluzione tailor made, mentre Rondi cura gli aspetti commerciali. Non avendo un'officina che deve produrre, siamo liberi di analizzare le informazioni che ci vengono dai numeri, leggendo nel modo corretto. Il vantaggio di proporci in due dal cliente fa sì che - una volta ef-

fettuato il sopralluogo e comprese le esigenze da soddisfare - tra di noi nasce un contraddittorio che consente di affrontare chiaramente tutte le questioni da più angolazioni.

TRA LE VOSTRE REALIZZAZIONI VI E' ANCHE L'AUTOMAZIONE TOTALE DELL'IMPIANTO CIDIVERT. AVETE IN PROGRAMMA ALTRE REALIZZAZIONI COSÌ SPINTE?

■ **Rondi:** Quello di Cidiverte è un impianto molto bello, ma non facilmente replicabile, in quanto risponde alla precisa scelta del cliente di automatizzare completamente il picking, senza alcuna presenza umana in magazzino. Qui c'era un'esigenza davvero molto specifica e particolare, che non tiene pienamente conto del Roi.

QUANTO CONTA PER IL VOSTRO GRUPPO L'INNOVAZIONE?

Rondi: E' uno degli elementi essenziali del nostro modello industriale e una delle principali "leve strategiche". Grazie all'innovazione continua abbiamo raggiunto ottimi risultati, individuando



UN SYSTEM INTEGRATOR PRESENTE IN VARI SETTORI DI SPECIALIZZAZIONE

Incas ha un'esperienza trasversale in molteplici settori, da quello alimentare all'editoria, dalla cosmesi al fashion, per non parlare dell'ambito farmaceutico e dell'elettronica: da questa versatilità nasce una profonda conoscenza dei processi che determinano i flussi logistici nei diversi campi. Le capacità realizzative spaziano dai magazzini automatici per pallet ai miniload a cassette o scatole, dalle linee di movimentazione e confezionamento ai sistemi di smistamento automatici e guidati, dai sistemi di prelievo Pick To Light alla gestione in RF: una proposta a 360° che consente di proporre le soluzioni più convenienti, per investimento e prestazioni. *"Incas - dice Longhi - ha scelto di essere system integrator, convinta di potere così progettare e realizzare soluzioni vincenti, in grado di correre a fianco del cliente per stimolarlo a cogliere nuove opportunità"*. Per saperne di più, www.incasgroup.com

do soluzioni tecnologiche avanzate, ma al tempo stesso semplici ed efficaci che hanno sempre perseguito l'obiettivo di guardare anche alle problematiche di tutte le componenti del gruppo. Le soluzioni attualmente disponibili sfruttano competenze specialistiche disponibili all'interno del gruppo e sommano quindi caratteristiche difficilmente replicabili dai concorrenti, se non per parti limitate. Gli investimenti in innovazione ci hanno consentito di diventare leader a livello nazionale in un settore in continuo cambiamento come quello della logistica.

CHE RUOLO STA GIOCANDO LA CRISI PER L'AUTOMAZIONE DEI MAGAZZINI?

Longhi: La crisi ha fatto emergere problemi già esistenti e magari solo sopiti; ha costretto le aziende a dare uno sguardo più severo alla propria organizzazione e a cercare alternative.

Rondi: Nel nostro caso la crisi non ha generato effetti negativi, anzi. Ha solo messo in luce una verità: il mercato è vincente per quelle aziende che hanno deciso con coraggio di cambiare, accettando di rispondere in modo adeguato e innovativo alle mutate esigenze dei loro clienti che chiedono ordini

sempre più frazionati e con quantità sempre inferiori. Un tempo la risposta a queste esigenze era una semplice negazione: a certi ordini non si dava evasione, limitandosi a cestarli. Oggi non è più così, dal "no" di ieri si è passati a un atteggiamento assolutamente possibilistico, almeno da parte di chi vuole continuare a giocare un ruolo attivo e quindi essere presente nel mercato. Gli esempi al riguardo sono parecchi; cito su tutti quello di un'azienda di rubinetteria con prodotti di gamma medio-alta che ha fatto fronte alla necessità di modificare il proprio at-

teggiamento commerciale (riuscire a consegnare un pezzo in 5 giorni) avvalendosi dell'automazione, ottenendo così ottimi risultati di vendita.

QUALI IN SINTESI I TRATTI SALIENTI DI QUESTO CAMBIAMENTO?

■ Si possono riassumere in ampliamento della gamma prodotti, maggiore flessibilità produttiva, ordini più frequenti e in piccole quantità, velocità di approntamento, alte caratteristiche tecniche e infine buon livello di servizio. Pensare di risolvere tutti questi aspetti con il solo fattore umano è impensabile e comunque rischia di essere un'impresa quasi impossibile. L'unica via percorribile resta quella dell'innovazione e dell'automazione.

QUESTO NUOVO ATTEGGIAMENTO E' RAVVISABILE ANCHE NEL SETTORE DELLA LOGISTICA PER CONTO TERZI?

■ **Rondi:** Sì e si tratta di un settore che ci sta dando delle gran belle soddisfazioni. Cresce infatti la consapevolezza nei maggiori operatori logistici che occorre discutere col cliente, al fine di trovare soluzioni condivise. Introdurre impianti con flussi ragionati e flessibili conferisce un'arma per le necessità del cliente. ■





più valore alla freschezza
più potenza al tuo business
ha portato al tuo business



www.dispensa-logistics.it

DOVE VA IL DISTRETTO DELLO SPORTSYSTEM

Delocalizza produzione e assemblaggio, ma il suo cuore creativo e il cervello organizzativo rimangono a Montebelluna. Il punto di vista di due opinion leader sul ruolo svolto dai 3PL in questo mutato contesto.

di **Paolo Sartor**

Il distretto dello sportssystem di Montebelluna (Treviso) è un esempio di integrazione tra imprese capofila di grandi dimensioni come Geox e Lotto e di piccole e medie imprese conosciute a livello internazionale. Rappresenta uno dei primi distretti italiani che ha intrapreso la strada della delocalizzazione produttiva, in modo particolare verso Est Europa e Asia. Un fatto appare ormai consolidato: si sta trasformando da distretto produttivo a distretto ad alto contenuto tecnologico ed economico, con la concentrazione di attività decisionali, di progettazione dei prototipi e di tipo finanziario, supportando i vari processi con sofisticati strumenti infor-

matici. Non sembra quindi casuale che controllo e governo restino all'interno delle imprese produttive.

Sfruttando una nicchia di forte specializzazione, il distretto della calzatura sportiva di Montebelluna, oggi conosciuto come *Sportsystem district*, ha garantito, su alcuni segmenti di mercato, una situazione di quasi monopolio a livello mondiale. Viene infatti realizzato in

Nell'area trevigiana si realizza oltre il 65% della produzione mondiale di scarponi da sci

quest'area oltre il 65% della produzione mondiale degli scarponi da sci, l'80% della produzione mondiale delle calzature da motociclismo e quasi il 25% della produzione mondiale dei "pattini in linea". Inoltre sono qui presenti i maggiori fabbricanti italiani di scarpe per calcio, ciclismo, basket, tennis, atletica leggera, fondo, snowboard, doposci e pattini per il ghiaccio. Negli ultimi anni, su assetti proprietari a composizione a maggioranza locale e familiare, si è innestata la presenza di alcuni importanti gruppi multinazionali e un conseguente processo di concentrazione: una presenza diversificatasi tra l'acquisizione di alcuni marchi storici e l'apertura di centri di ricerca. Si è però anche verificato il processo inverso, con l'acquisto di marchi esteri da parte d'imprese locali. Progressivamente si è innestata, a partire dalla metà degli anni '70, una lenta, ma continua de-localizzazione produttiva nell'Europa dell'Est, nel Far East Asiatico e in Cina.

L'evoluzione del mercato del distretto si caratterizza per la globalizzazione e il progressivo decentramento produttivo. Questo ha imposto nuovi ruoli alla funzione logistica, il che ha richiesto all'interno delle aziende una variazione della propria organizzazione, un forte ripen-



samento e un'analisi del processo logistico con numerosi interventi formativi e di coinvolgimento dei propri collaboratori; il ricorso a MTO (multimodal transport operator) e la creazione di hub, ovvero piattaforme da dove rilanciare il prodotto. L'internazionalizzazione produttiva si fonda su tre poli principali: l'area distrettuale di Montebelluna, l'Est Europa e l'area asiatica. In questa nuova e profonda riorganizzazione della produzione cambiano ovviamente i flussi e le principali direttrici di traffico, con modifiche sostanziali che hanno richiesto nello specifico triangolazioni commerciali, traffici diretti da produzione a mercati finali ed eliminazione di un magazzino unico del prodotto finito. Una ricerca condotta



sul campo all'interno del progetto I-LOG ha permesso di evidenziare alcune caratteristiche salienti del territorio: la filiera della calzatura sportiva coinvolge dodici Paesi per la realizzazione di componenti e semilavorati; gli Stati salgono a sedici se si analizza l'attività di assemblaggio e la produzione del prodotto finito. Le attività d'approvvigionamento degli stabilimenti all'estero avvengono

secondo due modalità. La prima consiste nella spedizione delle materie prime, mentre la seconda prevede l'inoltro dei pezzi già tagliati per l'assemblaggio finale. La de-localizzazione produttiva ha portato il territorio locale a perdere di importanza, in particolare per quanto concerne la logistica distributiva del prodotto finito. In sostanza la merce transita sempre meno attraverso la casa >



Efficienza logistica,
vantaggio **Automhatico**.

Automha: il system solution provider per la gestione completa dell'automazione interna.

Automha offre soluzioni globali per semplificare le attività ed aumentare il potenziale produttivo della vostra azienda attraverso l'analisi, la progettazione e la realizzazione di sistemi integrati ad alta tecnologia.

> Magazzini automatici con transelevatori > Magazzini automatici miniload per picking
> Magazzini verticali > Sistemi di Bandling > Valsoli e guida automatica > Autosat > Robotica > Reverseing

AUTOMHA srl - Via Emilia 6 34052 Adro (TN) - Tel. +39 0461 454111 - Fax +39 0461 454100 - automha@automha.it - www.automha.it
AUTOMHA Australia Pty Ltd - PO Box 8071 - www.automha.com.au - info@automha.com.au - Tel. +61 (0)8 9460 0000 - www.automha-automha.com

AUTOMHA®
automatic material handling

Abbiamo sentito due opinion leader rappresentati - per l'offerta di servizi logistici - da Valter De Bortoli, amministratore delegato di D.B. Group, e per la domanda da Dino Casonato, supply chain manager di Northwave, leader internazionale nei settori snowboard e ciclismo.



Amministratore delegato di DB Group

Valter De Bortoli

"IL RUOLO DEL 3PL? PRESIDARE TUTTA LA CATENA DEL VALORE"

D.B. Group conta 250 dipendenti e ha al suo attivo 30 filiali in tutto il mondo, oltre a una rete di corrispondenti accuratamente selezionati che permette di coprire l'intera geografia mondiale. Il fatturato consolidato è più che raddoppiato negli ultimi 5 anni e supera i 120 milioni di euro. Abbiamo sentito l'AD Valter De Bortoli.

Quali requisiti e che caratteristiche deve possedere un operatore logistico specializzato per la filiera dello sport system?

■ Deve assumere ruolo di partner del cliente, presidiando tutta la catena del valore, dai luoghi di produzione a quelli di consumo. Deve dimostrare capacità di adattamento e velocità di reazione alle esigenze *del time to market*, che nella filiera dello sport system sono sempre più soggette ad aggiustamenti e variazioni rapide: per il cliente questo si traduce in un aumento della flessibilità e,

allo stesso tempo, in una riduzione della complessità di gestione delle scorte. Assistiamo infatti allo spostamento da un sistema MTO (make to order) a uno MTS (make to stock) con riassortimenti di prodotti in corso d'opera e necessità di scorte flessibili e disponibili subito.

Quali sono gli elementi di novità ai quali il 3PL deve rispondere nell'attuale organizzazione logistica distributiva nel distretto?

■ Oggi l'operatore logistico deve essere in grado di fornire soluzioni integrate alle aziende di produzione, dalla condivisione dei sistemi IT al vero e proprio ridisegno della supply chain in tutte le sue fasi: questo permette di aumentare l'efficienza non solamente in termini di abbattimento dei costi di magazzino e riduzione dei *lead time* di consegna, ma pure di semplificazione di tutto il processo

distributivo. L'elevato numero di *items* e le varianti disponibili aumentano notevolmente la complessità di gestione, senza dimenticare che oggi la fase della consegna al cliente finale e ciò che essa implica (puntualità, conformità all'ordine) sono elementi essenziali del contratto di vendita stesso che l'azienda di produzione instaura con il cliente finale.

Come viene percepito o gestito l'outsourcing della logistica distributiva a Montebelluna?

■ Assistiamo a un costante aumento di aziende che decidono di affidarsi a un operatore logistico per spostare all'esterno non solo la gestione dei propri magazzini, ma anche alcune fasi del processo di produzione e di fornitura, sia per l'efficienza nella riduzione dei costi sia per l'efficacia del servizio in termini di know how ed expertise che sono in grado di offrire.

madre della produzione realizzata all'estero e giunge direttamente al cliente. Le stime indicano una percentuale del 30% per i mercati overseas come Cina e India e un prudenziale 5% per le produzioni delocalizzate nell'Est europeo. In base a queste premesse, l'area di Montebelluna è comunque destinata a trasformarsi da distretto industriale in distretto virtuale, con un crescente fenomeno di de-localizzazione logistica delle attività di stoccaggio e organizzazione

della consegna finale del prodotto finito. Infine la tendenza è sempre più quella di rispondere alle esigenze del cliente producendo quasi in tempo reale il prodotto necessario, piuttosto che accumulare grandi

La zona veneta è destinata a trasformarsi in distretto virtuale, con una crescente delocalizzazione anche logistica

quantitativi di merci nei magazzini. La delocalizzazione produttiva ha segnato per le aziende italiane il passaggio da un ciclo manifatturiero lungo, con reti corte, a un ciclo manifatturiero corto, con reti lunghe. Ciò ha reso indispensabile la creazione di reti logisti-



che per i flussi di merci sia in entrata che in uscita. In una fase successiva le reti logistiche si sono spostate all'estero e oggi i marchi dello sport system richiedono il presidio della catena del valore dal sito di produzione ai Paesi di consumo, senza transitare per l'Italia. ■ >

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

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

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



Anagni - Frosinone	27.000 mq	(prossimo ampliamento di 17 mila mq)
Castel San Pietro - Bologna	23.000 mq	
Peschiera Borromeo - Milano	20.000 mq	
Borghetto Lodigiano - Lodi	20.000 mq	
Cornaredo - Milano	19.000 mq	
Cortemaggiore - Piacenza	16.000 mq	
Ospedaletto Lodigiano - Lodi	14.000 mq	
Pontecurone - Alessandria	8.000 mq	



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



Supply chain manager
di Northwave

Dino Casonato

"L'OPERATORE LOGISTICO DEVE GARANTIRE UN'ORGANIZZAZIONE SOLIDA ED EFFICIENTE"

La Northwave ha un volume d'affari di circa 20 milioni di euro, con 35 addetti e filiali in Nordamerica e Germania dove sono presenti anche due uffici commerciali. Leader internazionale nei settori snowboard (scarponi, tavole, attacchi, accessori) e ciclismo (calzature, abbigliamento e accessori), ha sede e quartier generale a Onigo di Pederobba (Treviso), dove si trovano le funzioni di direzione, acquisti, vendite, programmazione e logistica, amministrazione e finanza, marketing, ricerca e sviluppo. I suoi principali mercati di sbocco sono rappresentati da Nordamerica, Europa, Giappone, Russia e Corea del Sud.

Come è organizzata la logistica distributiva nella sua azienda?

■ La produzione viene delocalizzata al 90% in Far East e per il 10% affidata a fornitori locali. Abbiamo un sistema misto di programmazione della produzione (in parte a stock e in parte sulla base del portafoglio ordini). La distribuzione diretta avviene tramite courier a negozi in Italia, Germania e Austria. La distribuzione mediante servizi FCL o LCL è data a importatori esclusivi negli altri paesi UE, in Nordamerica, Giappone, Russia e Corea. La distribuzione in ambito UE (diretta più

importatore per Paese) viene effettuata a Onigo di Pederobba, dove si trova lo stock per l'Europa e dove vengono svolte le attività di picking, packing e shipping. La distribuzione verso il resto del mondo (importatore per Paese) viene effettuata direttamente dai siti produttivi del Far East oppure da 3PL, un provider di Hong Kong, località dove vengono raccolte a stock le produzioni asiatiche. Dalla sede italiana esce solo una minima parte delle spedizioni verso i Paesi Extra UE.

Quali caratteristiche e organizzazione deve possedere l'operatore logistico per lo sport system?

■ Considerato che la produzione è delocalizzata principalmente nei Paesi a basso costo del lavoro, mentre la distribuzione è concentrata nelle aree più ricche del pianeta (Nord America, Europa e Giappone), si richiede all'operatore logistico di avere una organizzazione solida ed efficiente in entrambi i fronti. Date le caratteristiche del prodotto dello sport system (elevato contenuto tecnologico e alto valore intrinseco, importanza della componente fashion, forte stagionalità) si richiede all'operatore logistico tempestività di

intervento, affidabilità, grande capacità nel veicolare le informazioni tra mittente, destinatario finale e la terza parte (cioè Northwave). La professionalità e l'alto livello del servizio - percepito dal committente, ma anche quello riscontrato dai destinatari al momento della consegna - è un altro elemento importante in quanto la differenza con la concorrenza si gioca non solo sul prezzo, ma sempre più sulla qualità e quantità dei servizi accessori.

Quali sono gli elementi fondamentali dell'organizzazione logistica distributiva attuale nel distretto in cui operate?

■ Per la nostra esperienza in questo preciso ambito sono la flessibilità (capacità di risposta in tempi brevi al mutare delle condizioni e delle strategie), le performance che devono essere sempre molto elevate in ragione delle peculiarità del prodotto (stagionalità, componente fashion), la capacità di monitorare costantemente risultati e costi confrontandoli con gli obiettivi prefissati.

Che importanza sta ricoprendo la logistica nel

settore della calzatura sportiva?

■ Con il decentramento delle produzioni in aree molto lontane, la logistica ricopre un ruolo di importanza primaria ed è da ritenersi fattore chiave per il successo. Compito principale della logistica è quello di implementarsi in maniera trasversale nelle varie funzioni aziendali (acquisti, vendite, programmazione e finanza), affinché il sistema operi in sincronia e con controllo costante dei costi. In molti casi è stato provato che ritardi nell'evasione degli ordini derivano da scelte improprie prese senza il coinvolgimento della funzione logistica (magari diversi mesi prima della prevista consegna dei prodotti!) e non da disservizi verificatisi ad esempio durante il trasporto o la consegna, cioè in uno degli ultimi anelli della supply chain. ■



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

La realtà italiana che si muove nel mondo

Attore di primo piano nei trasporti e nella logistica, *ITALSEMPIONE* trasferisce anche su scala internazionale la qualità e l'efficienza dei propri servizi, attraverso un network dedicato a **trasporto terrestre, aereo, marittimo, logistica e logistica del freddo.**



ITALSEMPIONE



NEL NORD OVEST PRIMI TEST DI UIRNET

La piattaforma telematica di proprietà degli interporti italiani dà il via alle prime sperimentazioni dei suoi servizi in Liguria e Piemonte.

di **Giuseppe Galli**

I primi test della piattaforma telematica Uirnet partono questo mese nel cosiddetto Dimostratore Nord Ovest (interessa Liguria e Piemonte), prototipo con cui verificare sul campo le conseguenze derivanti dal controllo dei flussi informativi. Il test coinvolgerà alcuni veicoli industriali connessi a una rete telematica che impiega anche i satelliti per tracciare e razionalizzare i flussi del trasporto, ma il programma include anche procedure per la sicurezza stradale. Quando il sistema sarà a regime non solo razionalizzerà l'autotrasporto, ma favorirà risparmi fino a 1,5 miliardi di euro derivati dalla riduzione del 5% del chilometraggio percorso dalla flotta di automezzi pesanti presenti quotidianamente - con scarso coordinamento - sulla rete stradale e autostradale italiana (ridotte pure di 4,7 milioni di tonnellate le emissioni di CO₂). Uirnet, che sta sviluppando un'integrazione con i porti italiani (mediante l'associazione Assoporti) e con l'Agenda delle Dogane per il servizio "trasporto sicuro", può contare sull'appoggio di tutte le associazioni dell'autotrasporto. Partecipata da 24 interporti italiani, annovera tra i soci Slala, Elsag Datamat, Telespazio, Autostrade per l'Italia e Telecom Italia. Sulle strade italiane transita un fiume di merci che segue percorsi poco noti e per niente monitorati, causando di-

seconomie e irrazionalità nella gestione dei flussi logistici, gravando pesantemente sul Pil del Paese, disconomie che Uirnet con i suoi servizi (preavviso di arrivo alle destinazioni, controlli documentali, integrazione con E-port, servizi di accesso e prenotazione, ecc.) vuole contribuire a eliminare.

A livello locale Uirnet ha dato vita lo scorso 9 aprile a una società di area denominata Uirnet Nord Ovest srl

(entro il 2010 diverrà però una Spa), il cui compito è di coordinare sul territorio la realizzazione delle integrazioni coi diversi sistemi informatici e telematici di tracking e security e con i vari soggetti tecnico-operativi del settore trasporti (aziende di autotrasporto, interporti, porti e ferrovie). Il cda di Uirnet Nord Ovest è composto da Roberto Arghenini (AD dell'interporto di Rivalta Scrivia e Rivalta Terminal Europa) in qualità di presidente; Giancarlo Gabetto (AD della fondazione Slala), Rodolfo De Dominicis (presidente e AD di Uirnet) e Raffaele Bonizzato (AD di Uirnet) in qualità di consiglieri. ■

Un importante contributo verrà dato al risparmio del chilometraggio percorso e quindi all'abbattimento di emissioni CO₂

Archivio Volvo



FIEGE BORRUSO . LA NOSTRA SPECIALITA' in Italia?
Dal 1941 fare logistica per il settore alimentare e per il largo consumo

Fiege sa che l'Industria Alimentare e il Largo Consumo necessitano di una logistica specifica che possa far capo al patrimonio Multisettoriale, industriale, artigianale, tecnologico, umano, avanzato, e versatile, e che, in modo armonizzato, armonizzato dove poter contare una potente sinergia di Canale distributivo e separata tra Moderno e Tradizionale.

Capitale logistica internazionale, e tanti anni di esperienza maturata nei campi di business, la fanno diventare che l'unico sistema per gestire facile e sicuro, le parti e i problemi, una profonda unità di intenti, con i suoi clienti che sono a loro volta, le diverse realtà, territoriali, ad affrontare, reciprocamente le problematiche e a condividere, professionalmente, strategie e tecniche, con l'unico intento di soddisfare le varie aspettative del Cliente finale.



FIEGE

SISTRI: ARRIVANO I PRIMI OBBLIGHI

Con l'entrata in vigore del Decreto Ministeriale 17.12.2009 partono i primi adempimenti per la tracciabilità dei rifiuti. Quali sono e chi li deve adottare.

di **Eleonora Rota**

Il sistema di tracciabilità dei rifiuti (noto come sistema SISTRI) è stato introdotto dal Decreto Ministeriale 17 dicembre 2009 e dal 14 gennaio scorso tale decreto è entrato in vigore, prevedendo una serie di adempimenti per le imprese che dovranno prima iscriversi al SISTRI e successivamente adottare nuove procedure informatiche nella gestione dei rifiuti che sostituiranno la documentazione cartacea. Le imprese interessate sono sostanzialmente quelle finora obbligate alla compilazione del modello unico di dichiarazione ambientale (MUD).

Interessate sono le aziende finora tenute a compilare il Modello Unico di dichiarazione ambientale - MUD

La procedura on line richiede che l'impresa fornisca tutte le informazioni necessarie in un'unica sessione. Non è infatti possibile salvare il formulario parzialmente compilato per riprenderlo in un secondo momento. Inoltre, se non si inseriscono dati per oltre 10 minuti, il sistema si blocca e si deve ricominciare da capo. Le imprese con diverse unità locali potrebbero avere difficoltà a completare l'iscrizione in un'unica sessione. Pertanto, le

aziende che abbiano necessità di iscrivere molteplici unità locali/operative e che necessitino, di conseguenza, di maggior tempo per la compilazione, possono scaricare il modulo di iscrizione in formato "pdf", compilarlo manualmente in ogni sua parte e, previa scansione automatica del Modulo debitamente compilato, inviarlo per posta elettronica. Entro 48 ore il SISTRI comunicherà al contatto indicato dall'impresa il relativo numero di pratica.

Dopo avere acquisito il numero di pratica, l'impresa dovrà versare il contributo per la copertura

dei costi del sistema, per l'ammontare indicato in allegato II al DM, in funzione della categoria di attività per la quale l'impresa si è iscritta. Si deve fare attenzione al fatto che il termine fissato per l'iscrizione coincide con quello per il pagamento del contributo, per effettuare il quale è però necessario acquisire dal SISTRI il numero di pratica (è previsto che venga comunicato entro 48 ore dall'iscrizione). E' pertanto opportuno non attendere l'ultimo giorno utile per l'iscrizione. A regime, il contributo dovrà essere versato annualmente, entro il 31 gennaio di ciascun anno per gli anni successivi al 2010. Il pagamento può essere effettuato:

■ sul conto corrente postale n. 871012 >

Le procedure per l'adesione al SISTRI prevedono le seguenti fasi:

- ① iscrizione;
- ② versamento del contributo;
- ③ consegna alla CdC/sezione dell'Albo, della documentazione richiesta e contestuale ritiro dei dispositivi informatici;
- ④ montaggio delle black box sui mezzi di trasporto;
- ⑤ gestione dei rifiuti con sistemi cartaceo ed elettronico in parallelo;
- ⑥ gestione dei rifiuti col solo sistema elettronico.

L'iscrizione può essere effettuata in tre modi diversi a scelta dell'impresa:

- on line su www.sistri.it;
- via fax al numero verde 800050863
- via telefono al numero 800003836.



Fotolia.com

In SAFIM siamo fatti così. Ci piace lasciare il segno



Servizi di deposito, magazzino a temperatura controllata, piattaforme logistiche, transit point, distribuzione e trasporto, lavorazioni conto terzi

Dopo oltre 75 anni di attività logistica, non abbiamo ancora smesso di cercare di migliorarci. La nostra volontà di offrire un servizio integrato *ad hoc* – e sempre più *globale* – non è mai venuta meno.

Ed è così che riusciamo a garantire gli attuali livelli d'efficienza, in ambito di distribuzione e d'immagazzinamento di materie prime e di prodotti freschi, conservati o congelati. E a progettare piattaforme "scientifiche" senza affidare nulla al caso. E a movimentare, in un anno, 80 milioni di kg di merci a temperatura controllata. E ad ampliare lo spazio destinato alle merci a -20° C. E ad ottenere un magazzino doganale e fiscale di tipo A. E a gestire una flotta di automezzi aziendale in modo autonomo e

diretto. E ad assicurare ai nostri clienti la tracciabilità HACCP e servizi *online*. E ad eseguire lavorazioni per conto terzi. E a fornire personale in *outsourcing*...

Sarà forse per TUTTI questi motivi che più di 150 aziende oggi si fidano di noi. Tutti i giorni. 365 giorni all'anno. Evidentemente – in oltre 75 anni di attività logistica – SAFIM ha lasciato il suo segno.

.....

S.A.F.I.M. Srl

Via Supeja Gallino 20/28 fraz. Pomero
10060 NONE (TO)
Tel. 011 550 2160 r.a. Fax 011 550 2160
www.safim-srl.it



intestato alla Tesoreria Provinciale dello Stato di Roma,

■ mediante bonifico bancario (IBAN: IT88 2010 0003 2453 4803 2259 214),

■ presso la Tesoreria provinciale dello Stato (Banca d'Italia), versando il contributo in contanti.

Il tutto con la seguente causale di versamento Capo 32/Capitolo 2592/Articolo 14 - contributo SISTRI/anno 2010; assieme a codice fiscale e numero di pratica comunicato dal SISTRI, a conferma dell'avvenuta iscrizione. Dopo aver effettuato il pagamento gli operatori dovranno comunicare al SISTRI, via fax al numero verde 800 05 08 63 o via e-mail all'indirizzo contributo@sistri.it i seguenti estremi di pagamento:

■ numero della quietanza di pagamento rilasciata dalla sezione della Tesoreria provinciale presso la quale è stato effettuato il pagamento, ovvero il numero VCC-VCY della ricevuta del bollettino postale, ovvero il numero del "codice riferimento operazione" (CRO) del bonifico bancario;

■ l'importo del versamento.

A seguito della comunicazione dell'avvenuto pagamento le imprese saranno contattate dalle Camere di Commercio o dalle sezioni regionali dell'Albo Gestori Ambientali per la comunicazione della data dell'appuntamento per la consegna dei dispositivi elettronici di pertinenza. Questi ultimi sono: dispositivo USB (per tutti), che consente di trasmettere i dati, di firmare elettronicamente le informazioni fornite e di memorizzarle; black box, dispositivo da installare - su ciascun veicolo che trasporta rifiuti - a spese del trasportatore presso officine autorizzate, con apposita scheda SIM a carico anch'essa del trasportatore; apparecchiature idonee a monitorare l'ingresso e l'uscita degli automezzi in dislocazione (a cura del SISTRI). La trasmissione dei dati al SISTRI si realizza attra-

CHI DEVE ISCRIVERSI AL NUOVO SISTEMA

Le imprese obbligate a utilizzare il SISTRI sono sostanzialmente quelle che ad oggi sono soggette all'obbligo di compilazione del MUD, mentre per le altre imprese l'adesione è facoltativa. In funzione delle scadenze relative sono individuabili due gruppi.

Primo gruppo:

■ i produttori iniziali di rifiuti pericolosi con più di cinquanta dipendenti, compresi quelli di cui all'art. 212 comma 8 del D.Lgs. 152/2006;

■ le imprese e gli enti con più di cinquanta dipendenti produttori iniziali di rifiuti non pericolosi di cui all'articolo 184, comma 3, lettere c), d) e g), del D.Lgs. 152/2006 (rifiuti derivanti da lavorazioni industriali e artigianali nonché rifiuti derivanti dall'attività di recupero e di smaltimento di rifiuti, i fanghi prodotti dalla potabilizzazione e da altri trattamenti delle acque e dalla depurazione delle acque reflue e da abbattimento di fumi);

■ i commercianti e gli intermediari di rifiuti;

■ le imprese di trasporto di rifiuti speciali iscritte all'Albo Nazionale Gestori Ambientali ai sensi dell'art. 212 comma 5 del decreto legislativo n. 152/2006. Rientrano in questa categoria i produttori iniziali di rifiuti pericolosi (anche le imprese con un numero di dipendenti fino a 50), che trasportano un quantitativo di rifiuti pericolosi superiore a 30kg/litri al giorno;

■ le imprese e gli enti che effettuano operazioni di recupero e smaltimento di rifiuti (a prescindere dal numero di dipendenti);

■ nel caso di trasporto intermodale di rifiuti, i soggetti di cui all'articolo 5, comma 10, del DM (terminalisti portuali e responsabili degli scali merci nel trasporto intermodale, eccetera, a prescindere dal numero di dipendenti);

■ i consorzi che organizzano la gestione di particolari rifiuti per conto dei consorziati, a prescindere dal numero di dipendenti.

Secondo gruppo:

■ le imprese e gli enti produttori iniziali di rifiuti pericolosi che hanno fino a cinquanta dipendenti, ivi compresi quelli di cui all'art. 212 comma 8 del D.Lgs. 152/2006; i produttori iniziali di rifiuti non pericolosi di cui all'articolo 184, comma 3, lettere c), d) e g), del D.Lgs. 152/2006, che hanno tra i cinquanta e gli undici dipendenti.

Dal 12 agosto 2010 potranno aderire al sistema, su base volontaria:

■ imprese ed enti produttori iniziali di rifiuti non pericolosi di cui all'articolo 184, comma 3, lettere c), d) e g), del decreto legislativo n. 152/2006, che non hanno più di dieci dipendenti;

■ imprenditori agricoli di cui all'art. 2135 del codice civile che producono rifiuti non pericolosi;

■ imprese ed Enti produttori iniziali di rifiuti speciali non pericolosi derivanti da attività diverse da quelle di cui all'art. 184, comma 3, lettere c), d) e g), del decreto legislativo n. 152/2006;

■ trasportatori in conto proprio di rifiuti non pericolosi (imprese che raccolgono e trasportano i propri rifiuti non pericolosi di cui all'articolo 212, comma 8, del decreto legislativo n. 152/2006).

verso schede relative alle diverse casistiche. In sintesi, nel caso di produzione di un rifiuto e del successivo conferimento a smaltitore/recuperatore il flusso delle operazioni è così descrivibile: il produttore carica i dati del rifiuto nell'Area Registro Cronologico, entro dieci giorni lavorativi dalla sua produzione; il produttore, quando decide di conferire il rifiuto, carica le informazioni relative nell'Area Movimentazione Rifiuto, almeno 8 ore prima del trasporto; il trasportatore carica i dati del trasporto (al-

meno 4 ore prima del trasporto); il trasportatore arriva presso il produttore e inserisce il proprio dispositivo USB nel PC del produttore per prendere in carico il rifiuto; il produttore stampa una copia cartacea della scheda SISTRI che, firmata da produttore e da conducente, accompagnerà il trasporto dei rifiuti; il ciclo si conclude all'arrivo del trasporto a destino, con l'accettazione del carico da parte del destinatario e le relative comunicazioni al SISTRI da parte del trasportatore e del destinatario. ■

organizzano:

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

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

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

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

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

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

via mail a ogiola@euromerci.it

oppure

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

RUOLO CHIAVE PER LA "VALUE PROPOSITION"

Comprendere il valore che il cliente riceve dall'offerta di un prodotto/servizio è alla base di una supply chain allineata davvero alle esigenze di business.

di **Roberto Crippa e Livia Larghi**

Come evidenziato dalle prime risultanze della ricerca in corso da parte del MIT di Boston e di TruEconomy Consulting⁽¹⁾, una delle caratteristiche distintive nelle aziende meglio performanti è il forte allineamento esistente tra le strategie di business e il *supply chain management*, che cessa di essere percepito come un (necessario!) complemento operativo alla gestione e diventa un elemento cardine per la compiuta realizzazione degli obiettivi strategici d'impresa. Facile e condivisibile a dirsi, decisamente meno facile a farsi. Per ragioni storiche (la funzione di *supply chain management* è più giovane e spesso meno consolidata di quanto non lo siano una direzione finanza, o marketing, o commerciale) e di carenza di un lessico comune con l'alta direzione, questo allineamento fatica a trovare attuazione. E' poi necessario definire "come" avviare il processo di allineamento, identificando il giusto elemento catalizzatore attorno al quale costruire e gestire catene logistiche sincrone con le strategie d'impresa. Un ottimo candidato a svolgere questo ruolo proviene dalla comprensione di cosa (e perché) è offerto al mercato, seguito dall'analisi sistematica delle sue implicazioni in termini di

supply chain, affinché queste possano essere strutturate o ridisegnate attorno a quella che in letteratura è nota come *value proposition*. Dando per scontato il concetto che una *supply chain* esiste in quanto è in grado di generare valore per i suoi clienti finali, il

**E' importante
fornire chiarezza
su quello che
un'impresa può
concretamente fare
per la soddisfazione
dei propri clienti**

primo passo da compiere per ogni impresa nella filiera è dunque comprendere cosa significhi "valore" per i propri clienti⁽²⁾, e pertanto cosa sia veramente rilevante offrire ad essi.

Questa è la cosiddetta *value proposition*, ossia l'espressione chiara e credibile del valore che un cliente riceve dall'offerta di un dato prodotto e/o servizio. La sua profonda comprensione è determinante ai fini del successo, in quanto consente di identificare gli elementi effettivamente importanti per l'offerta; fornire chiarezza su ciò che un'impresa può concretamente fare per la soddisfazione dei propri clienti; generare vendite profittevoli; qualificare le opportunità di miglioramento per il proprio business

In termini generali, la *value proposition* di un'impresa si esprime attraverso la rilevanza relativa assunta dai



Fotolia.com

suoi principali elementi costitutivi, che possono così essere definiti:

Innovazione

- di prodotto/servizio e di processo

Immagine

- Notorietà/rilevanza del marchio
- Reputazione

Prezzo

- Competitività di prezzo

Qualità

- intrinseca del prodotto/servizio
- dei processi accessori

Servizio

- Personalizzazione
- Tempestività di fornitura/erogazione
- Puntualità e affidabilità di fornitura/erogazione
- Consegna/erogazione complete

Relazione/Esperienza

- Relazione commerciale (pre e post-vendita)
- Collaborazione nella Ricerca & Sviluppo
- Collaborazione nei processi di supply chain
- Completezza/esaustività delle informazioni tecniche e gestionali

Comprendere come la *value proposition* sia composta è un passo decisamente fondamentale per poter costruire l'allineamento tra le strategie di *supply chain* (al plurale!) e le altre strategie aziendali (marketing/commerciali, finanziarie e così via). Il conseguimento di questo auspicato allineamento transita attraverso due

importanti passi sequenziali:

1) Segmentare adeguatamente la *value proposition*. A parte alcune situazioni ove la preponderanza di uno o pochi elementi della *value proposition* rispetto agli altri è evidente, spesso la tendenza "naturale" è di attribuire uguale (alta) rilevanza a tutto. La qualità è determinante, il prezzo è importantissimo, il servizio deve essere impeccabile, l'innovazione è chiave. E' estremamente difficile (se non addirittura impossibile) eccellere in tutto e farlo in modo profittevole. Poiché una *supply chain* deve essere connotata per rispondere al meglio alle esigenze della *value proposition*, dire che "tutto conta" equivale a dire che "nulla conta in modo parti- >



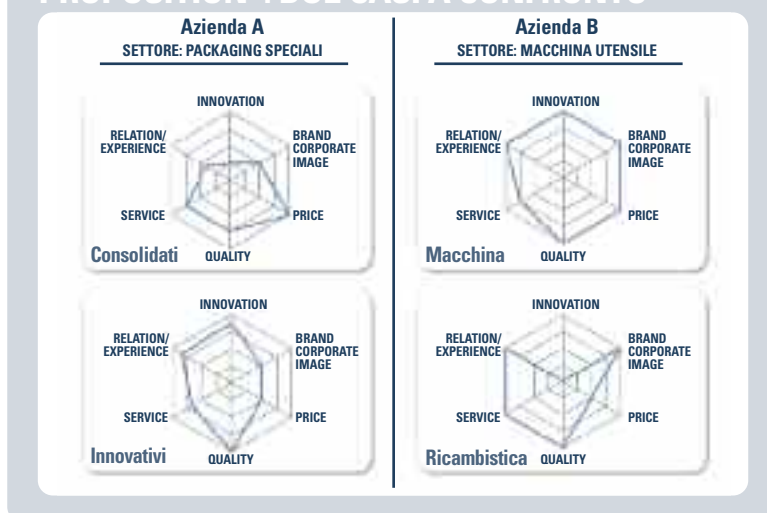
↓
L'EFFICIENZA CHE DESIDERI DA UN SISTEMA DI PICKING.
Vanderlande Industries: 60 anni di automazione per la logistica.

www.vanderlande.it



Vanderlande Industries International B.V. - Via G. Farini 21A - 01147 Cerveteri (LT) - Italia - info@vanderlande.it - tel. +39 07 36745301 - fax +39 07 36745302

RILEVANZA DEGLI ELEMENTI DELLA "VALUE PROPOSITION": DUE CASI A CONFRONTO



colare". Il risultato sarà quindi un modello di *supply chain management* "appiattito" nella sua attitudine a fornire un supporto eccellente al business laddove effettivamente serve. In realtà non è vero che "tutto conta dappertutto": anche all'interno della stessa azienda esistono segmenti di offerta ove alcuni elementi della *value proposition* giocano maggior rilevanza di altri. Giusto a titolo esemplificativo, l'immagine qui sopra mostra due esempi reali di imprese operanti in settori diversi fra loro, e con connotazioni diversificate della *value proposition* all'interno della loro offerta⁽³⁾. Questo esercizio, condotto a cura di marketing e vendite, è il miglior modo per fornire un concreto e prezioso supporto alla costruzione ed al mantenimento di una *supply chain* eccellente.

2) Comprendere le implicazioni per la supply chain. Sempre con riferimento all'immagine, appare evidente per l'azienda A la necessità di disporre contemporaneamente di *supply chain* orientate:

- al conseguimento di efficienza/contenimento dei costi (*packaging* consolidati),
- a garantire efficacia/innovazione (*packaging* innovativi).

Anche nel caso dell'azienda B la dicotomia tra la produzione delle macchine e la gestione dei ricambi è evidente⁽⁴⁾. La comprensione della *value proposition* (in primis: rilevanza dei costi ed elementi-chiave per il servizio) è il primo passo per definire le macro-strategie di *supply chain* connotando le scelte *make vs. buy* (e le conseguenti allocazioni geografiche), la ricerca di agilità o snellezza, la strutturazione del network di distribuzione/trasporto, la gestione del *postponement* e gli opportuni strumenti di pianificazione, gestione e controllo⁽⁵⁾ della catena logistica estesa. Solamente in questo modo sarà possibile perseguire in modo coerente l'ottimale segmentazione (laddove richiesto) della *supply chain*, ricercando costantemente il bilanciamento tra i segmenti che possono fornire efficienza e risorse atte a fi-

nanziare ridondanze mirate od azioni di mitigazione del rischio sui segmenti nei quali efficacia e reattività sono un *must*.

La segmentazione (a valle e a monte della *supply chain*) e la gestione di un portafoglio diversificato (ma intrinsecamente coerente) di modelli logici per la strutturazione dei processi di *supply chain* sono dunque la chiave di volta per ottenere il miglior compromesso tra le esigenze molto spesso contrastanti che insistono sul tavolo dei *supply chain manager*. Non va infine dimenticato che questo esercizio deve essere inoltre ripercorso in modo sistematico ogni qualvolta si presentano le seguenti condizioni, ovvero:

- si introducono nuove linee di offerta o quando si penetrano nuovi mercati. Il medesimo prodotto potrebbe, infatti, avere connotazioni diverse di *value proposition* in funzione dei Paesi di commercializzazione e della competizione esistente in loco;
- si modifica in modo strutturale l'esistente assetto di *supply chain* (ad esempio a seguito di acquisizioni di attività, rilocalizzazioni produttive, ristrutturazioni del parco fornitori, ecc.). Del resto nulla è per sempre! ■

(1) Cfr. Crippa R, "Quale rotta per il "Nuovo Mondo"?", *Euromerci* nr.3, marzo 2010.

(2) Senza comunque mai dimenticare di "dare uno sguardo" anche più a valle, onde comprendere appieno le dinamiche dell'intera catena logistica estesa.

(3) Gli esempi riportati sono parziali: in entrambi i casi, altri segmenti di offerta con *value proposition* diversificate sono presenti.

(4) Il fatto che una *supply chain* dei ricambi sia "qualcosa a se stante" e' peraltro un concetto già ampiamente condiviso.

(5) Cfr al riguardo: Crippa R, Larghi L, "Snella o agile? C'è una terza via", *Euromerci* nr. 11, Novembre 2007; Crippa R, Larghi L, "Differenziarsi sì, ma con fantasia", *Euromerci* nr. 12, Dicembre 2007; Crippa R, Larghi L, "Si fa presto a dire postponement", *Euromerci* nr. 3, Marzo 2008; Crippa R, Larghi L, "Postponement, ma quando serve?", *Euromerci* nr.5, Maggio 2008; Crippa R, "Ecco perché il Vasa è andato a fondo", *Euromerci* nr. 11, Novembre 2008; Crippa R, Larghi L, "Delocalizzare, sì ma in questo modo", *Euromerci* nr. 1-2, Gennaio/Febrero 2009; Crippa R, Larghi L, "E dopo il diluvio cosa accadrà?", *Euromerci* nr. 6, Giugno 2009

VENDIAMO COMPLESSO IMMOBILIARE

Villasanta (MB) - Via Dante Alighieri



Complesso immobiliare con destinazione d'uso logistico/produttivo, sviluppato su una superficie fondiaria di circa 64.800 mq e composto da:

- capannone di circa 20.800 mq con altezze sottotrave comprese tra 7 e 10 mt, servito da 3 rampe e da 10 baie di carico;
- edificio ad uso uffici di circa 1.200 mq con annesso locale servizi;
- depositi di circa 840 mq.

Ottima accessibilità grazie all'agevole collegamento con lo snodo autostradale della A4 (TO-TS) e alla vicinanza della tangenziale Est di Milano (uscite Agrate Brianza e Vimercate).

Per informazioni: telefono 02 6442 4200 - agency@pirellire.com - pirellireagency.com

È UNA COMMERCIALIZZAZIONE

PIRELLI RE
AGENCY



"PIATTAFORME E TRANSIT POINTS RAFFORZATI"

E' quanto ha in programma SAFIM, operatore torinese specializzato nella logistica del freddo, che può contare anche su una flotta propria.

di **Elena Rossetti**

Nel 1934 si costituiva ad Avigliana, in provincia di Torino, la "Società Anonima Franco-Italiana Merluzzi" (SAFIM) specializzata nella lavorazione ed essiccazione del baccalà. Negli anni '50 i cambiamenti economici inducono l'azienda a cambiare rotta e SAFIM diventa uno dei primi magazzini frigoriferi italiani. Nel 1959, in seguito all'ampliamento dello stabilimento, la società chiede e ottiene le autorizzazioni a magazzino generale frigorifero doganale. Negli anni '80 la famiglia Crivello rileva l'azienda e implementa i servizi di puro magazzino integrandoli con quelli dei trasporti e della gestione delle merci.

E veniamo ai giorni nostri: nel 2005 SAFIM inaugura il nuovo stabilimento di None (in provincia di Torino), mettendo a disposizione delle aziende commerciali, industriali e della GDO la sua competenza nel settore della logistica del freddo e dei trasporti refrigerati in oltre 10.000 mq di magazzini frigoriferi. E' dell'anno scorso infine l'inaugurazione di una nuova cella -20°C di 2500 mq: l'area destina-

ta allo stoccaggio e alla movimentazione dei freschi passa così da 10.000 a ben 12.500 mq.

**A None (Torino)
l'area destinata
a stoccaggio e
movimentazione
dei freschi
ammonta
a 12.500 mq**

"Negli anni – spiega Alberto Crivello, amministratore delegato di SAFIM – *la nostra attività è passata dal mero stoccaggio e magazzinaggio delle merci all'effettuazione di servizi completi per supportare la distribuzione. Di qui la decisione di dotarci anche di una flotta propria con 40 motrici, 10 furgoni e 6 bilici, nonché di attivare transit point presso la nostra struttura di None per la distribuzione di prodotti freschi, freschissimi, surgelati verso la GDO, il retail e il canale mense aziendali, ospedaliera e scolastiche. Dal transit point di None serviamo infatti Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria: di qui le merci destinate ai clienti finali arrivano al distributore già pronte per la consegna, con evidenti vantaggi economici per tutta la catena distributiva*". Obiettivo del 2010 di SAFIM è il potenziamento delle piattaforme destinate in particolare alla GDO, piattaforme che vengono progettate insieme ai clienti, i quali in seguito possono contare su un organico completo, qualificato e organizzato dal momento in cui affidano le loro merci a SAFIM a quello in cui tali merci raggiungono i rispettivi clienti o punti vendita.



Gestire, organizzare, muovere.
Il magazzino sotto controllo.

easystor
warehouse management system

Suite per la gestione operativa di magazzino.

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



PERFORMER
cruscotto produttività e statistiche



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

incas
supply chain automation
Eccellenza nella Logistica.

AUDIT LOGISTICO: URGE STANDARD PER IL SETTORE

“MMOG/LE” è il nome del sistema che si sta imponendo a livello globale. A promuoverlo sono le associazioni AIAG negli Usa e Odette in Europa.

di **Arthur Wicker**

L'industria automobilistica sta vivendo un periodo di fermento e di cambiamento. Alleanze fra le case automobilistiche e alleanze con e fra fornitori, da sempre parte dello scenario dell'industria, saranno più frequenti in quanto cercano di raggiungere la massa critica a livello globale necessaria per avere successo. In questo contesto è sempre più importante per i clienti OEM -*Original Equipment Manufacturer*- e per i fornitori del settore auto poter valutare, utilizzando uno strumento riconosciuto, la loro performance nell'ambito della gestione di materiali. L'industria auto, con processi *just in time* e *just in sequence*, il *global sourcing*, il condiviso obiettivo di minimizzare le scorte, ma allo stesso tempo l'altissimo costo sofferto di rotture di scorte (e le conseguenze di fermi della produzione presso i clienti) presenta delle sfide molto particolari. Gli esperti sono d'accordo: per il 90% il contenuto dei vari sistemi di valutazione dei processi logistici è lo stesso. Questo è evidente in quanto i processi, gli strumenti, le logiche e i criteri di valutazione sono fondati sugli stessi principi e best practices. Quello che non è logico è che un fornitore debba essere valutato secondo diversi audit per i suoi diversi clienti.

E' per questo che si è cercato di unificare i processi di audit. L'audit logistico per l'industria auto più riconosciuto a livello globale è l'MMOG/LE (*Materials Management Operational Guideline/Logistics Evaluation*), creato e promosso in collaborazione dall'AIAG (*Automotive Industry Action Group*) negli USA e da Odette (*Organisation*

Tra le principali promotrici di MMOG/LE figurano la Casa automobilistica americana Ford e la svedese Volvo

for Data Exchange by Tele-Transmission in Europe) in Europa. Già oggi sono molte le aziende che utilizzano il MMOG/LE. Fra queste sicuramente la Ford lo ha promosso maggiormente, coinvolgendo pure i fornitori europei della casa, come anche quelli di Volvo. Infatti, grazie in parte alla spinta della Ford in Europa, la VDA (associazione dei produttori auto tedeschi) lo propone ai suoi associati. Ma oltre a Ford e Volvo, l'elenco di aziende che utilizzano e/o promuovono il MMOG/LE include anche le francesi Renault e PSA. In Italia, IVECO sta seriamente considerando il suo utilizzo. Chrysler chiede il MMOG/LE ai suoi fornitori in Nord America – quindi non è da escludere che ai fornitori che vogliano fornire la Fiat 500 in Messico potrebbe venire richiesto di svolgere l'audit MMOG/LE.

Fra i fornitori promotori ci sono nomi come Johnson Controls (Stati Uniti), Robert Bosch (Germania), Valeo (Francia), JCC (Cina) e molti altri. Quelli che stanno valutando l'utilizzo del MMOG/LE sono ancora di più, fra questi alcune case automobilistiche tedesche.

Persino i sistemisti stanno riconoscendo l'importanza del MMOG/LE. In primis la QAD (fornitore di sistemi ERP con forte presenza nell'industria auto) che ha impostato il suo sistema ERP per riflettere i criteri del MMOG/LE con



Fotolia.com

I CAPITOLI DEL MMOG/LE

① **STRATEGIA E MIGLIORAMENTO:** ■ Visione e Strategia
■ Obiettivi ■ Misurazione, analisi e piani d'azione ■ Miglioramento continuo ■ Sviluppo della supply chain.

② **ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO:** ■ Processi organizzativi
■ Procedure organizzative ■ Pianificazione delle risorse
■ Ambiente di lavoro e gestione delle risorse umane.

③ **PIANIFICAZIONE DELLA CAPACITA' E DELLA PRODUZIONE:**
■ Realizzazione del prodotto ■ Pianificazione della capacità
■ Pianificazione della produzione ■ Integrazione dei sistemi.

④ **INTERFACCIA AL CLIENTE:** Comunicazione ■ Imballaggio ed etichette ■ Spedizione ■ Trasporto ■ Soddisfazione del cliente e feedback.

⑤ **CONTROLLO DELLA PRODUZIONE E DEL PRODOTTO:**
■ Identificazione del materiale ■ Gestione delle scorte
■ Controllo di modifiche tecniche del prodotto ■ Tracciabilità.

⑥ **INTERFACCIA AI FORNITORI** ■ Selezione fornitori ■ Pianificazione dei materiali e logistica - Accordi e istruzioni ■ Comunicazione
■ Imballaggio ed etichette ■ Trasporto ■ Ricevimento dei materiali
■ Valutazione dei fornitori.

l'introduzione di una mappatura che documenta 23 dei processi MMOG/LE - fino al livello di videata e/o transazione, incorporando istruzioni o supporti di lavoro relativi all'audit.

Il MMOG/LE si riassume in un file Excel con macros e vari fogli di lavoro. Definendolo così può sembrare sminuirlo. In realtà è stato impostato così per facilitare l'accesso utilizzando un software disponibile a tutti. Si può acquistare a un modico costo sui siti di Odette e di AIAG e consiste in sei capitoli con 206 criteri (orientati alla gestione logistica e di materiali) da valutare. I 206 criteri sono classificati in 35 di tipo F3 (requisito fondamentale per l'organizzazione e se non viene soddisfatto, vi è un alto rischio di interruzione alla produzione dell'azienda o dei

suoi clienti, come anche un'elevata probabilità di subire costi extra); 75 criteri di tipo F2 (un processo che è significativo per l'efficienza ed efficacia dell'azienda) e 96 criteri di tipo F1 (che dimostrano un controllo continuo sui processi operativi dell'azienda e che contribuiscono parecchio alla competitività della stessa).

La valutazione risultante può essere di tre livelli:

■ il fornitore si considera vicino o pienamente al livello world class (>90%);

■ il fornitore dimostra deficit in due o più aspetti di una categoria o di varie categorie (75%-90%);

■ Il fornitore dimostra deficit in uno o differenti aspetti critici o di alto impatto (>75%).

L'ultima versione V3, pubblicata nel novembre del 2009, è stata modificata per incorporare ancora di più elementi della gestione *lean* e per farla compatibile e integrabile con l'audit ISO/TS:16949.

Quanto valutato generalmente avviene in autocertificazione. Ed è solo a spot (per esempio, presso fornitori critici) che il cliente OEM o un suo rappresentante viene a verificare la correttezza di un'autovalutazione con il MMOG/LE. Ford non dà il premio Q1 a un fornitore senza il MMOG/LE. Ciò può portare alla tentazione di autovalutarsi in modo meno critico. E questo è un grandissimo errore. L'importante non è tanto la valutazione ottenuta; l'importante è utilizzare l'audit per riconoscere e identificare potenziali di >



COSÌ IN ITALIA

Fino ad oggi il MMOG/LE non ha avuto molto riscontro in Italia. Fiat non lo richiede ai suoi fornitori e realizza un audit logistico a spot utilizzando una metodologia propria. Non è neanche tradotto in italiano (anche se secondo il sito Odette, il partner IVECO ci sta lavorando ed è prevista una versione italiana per il 2010). Non potendo basarsi su uno standard internazionale, i fornitori nazionali del settore auto sono in svantaggio: si vedono costretti a sprecare energie con i vari audit logistici, o peggio ancora, in alcuni casi non arrivano neanche a rendersi conto delle importanti potenzialità di miglioramento nelle loro aziende. Per questo è auspicabile che tutti i clienti OEM, anche quelli italiani e i loro partner, richiedano il MMOG/LE ai loro fornitori. Il MMOG/LE offre grandi opportunità di miglioramento non solo per i processi e i KPI logistici, ma anche per l'apertura e il confronto internazionale: ed è lì, oltre la "fabbrica Italia", che i fornitori italiani devono cercare il loro futuro.



miglioramento e dare loro delle priorità (aiutati dalla classifica F1/F2/F3). Se non si usa il MMOG/LE come strumento di miglioramento continuo, è tempo perso. Che necessiti un certo investimento di tempo è la critica più comune diretta al MMOG/LE. La preparazione per un audit (ben fatto) può durare persino sei mesi o anche di più. E' un lavoro che coinvolge tutte le funzioni aziendali e che può rendere necessario cambiare e migliorare organizzazione, processi e procedure. E in tempi di crisi, di tagli ai costi e di riduzione del personale, dedicare risorse non è indubbiamente facile.

Ma l'investimento porta risultati. Aziende che lo hanno utilizzato hanno riscontrato che i miglioramenti nei processi hanno permesso di ridurre le scorte, incrementare la soddisfazione del cliente, e ridurre i costi di gestione. In uno studio presentato nel 2009 intitolato *"Measuring Logistics Performance: The Effectiveness of the MMOG/LE as Perceived by Suppliers in the Automotive Industry"*, gli autori hanno concluso che oltre a essere ritenuto utile dagli utenti, l'audit MMOG/LE serve particolarmente per valutare e migliorare gli aspetti non coperti da norme e audit di qualità già in utilizzo, nonché nel fare risaltare la necessità di integrare elettronicamente i

loro processi con quelli dei partner. Un altro studio effettuato sia da AIAG che da Odette su aziende che avevano utilizzato il MMOG/LE per 1-3 anni ha riscontrato che uno dei miglioramenti più importanti concerneva l'affidabilità dei dati logistici: l'implementazione delle azioni e strumenti informatici per soddisfare l'audit ha apportato uniformità nella registrazione e comunicazione dei dati, come anche un metodo per misurare la loro affidabilità.

E non solo, il MMOG/LE può servire come strumento di crescita per i forn-

tori in Paesi in via di sviluppo: aziende in Stati come la Cina hanno grande interesse a svilupparsi misurandosi e migliorando le performance con l'utilizzo del MMOG/LE. Un esperto mi ha raccontato come un'azienda aveva utilizzato il MMOG/LE per i fornitori nuovi provenienti da Paesi in via di sviluppo e non per i fornitori "tradizionali" nei Paesi avanzati. Dopo qualche anno era stato ampliato l'utilizzo ai fornitori tradizionali e si era riscontrato che i fornitori "nuovi", avendo seguito un processo di miglioramento guidato del MMOG/LE, erano molto più avanti che i concorrenti provenienti dai mercati "tradizionali"; un vantaggio relativo non solamente all'audit, ma anche per quel che concerne i KPI (Key Performance Indicators) utilizzati dall'azienda per misurare la performance logistica. ■



CHI È L'AUTORE

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

Logisticamente parlando:
"Voi pensate a tutto per i vostri Clienti,
noi pensiamo a tutto per Voi"



oltre **1.000.000** di mc. realizzati



90 cantieri ultimati

230.000 mq. di capannoni costruiti
più di **3.000** abitazioni consegnate



Innovazione nel costruire

Uffici: 26858 SORDIO (LO) - via Cavour, 2
tel. 02 9810951 - fax 02 98109555
www.ecocostruzioni.com



ICMQ Certificazione di Qualità ISO 9001
IGNere n° IF35450 - ICMQ n° 04903
Attestazione SOA Categoria:
OG1, OG3, OG11, OG3, OG28, OG30

LA PRODUZIONE SOFFRE SENZA LA LOGISTICA

Lo dice uno studio dell'Associazione europea dei fornitori logistici outbound dell'automotive presentato di recente al Parlamento europeo.

di **Giovanna Visco**

La capacità di ripresa dei nostri stabilimenti di produzione dipenderà anche dalla nostra capacità di portare i veicoli dal punto di produzione a quello di consumo quanto più velocemente ed efficientemente possibile, e con minimo impatto sull'ambiente". Così, in poche parole chiare, ha sintetizzato al Parlamento europeo il ruolo strategico dei fornitori logistici outbound dell'automotive il presidente della ECG, Costantino Baldissara, l'associazione europea cui aderiscono circa 100 imprese, che insieme rappresentano l'80% dei volumi dell'intera industria logistica europea del settore. L'occasione dell'incontro ufficiale è stata la presentazione del primo studio del comparto promosso dall'ECG, da cui attraverso decine di dati e grafici viene fuori la misura della strategicità della logistica outbound dell'automotive, indispensabile perché progettata per muovere dal luogo di produzione al punto di vendita finale quantità consistenti di autoveicoli passeggeri e commerciali, che nel 2007 hanno fatto toccare la cifra di 63.067.454 movimentazioni (dato riferito alle sole aziende afferenti ad ECG), e che la crisi non ha risparmiato. Infatti, nel primo trimestre dell'anno scorso, il calo dei consumi aveva reso i terminal outbound dell'automotive tanto zeppi da

scoppiare e che solo il rallentamento della catena produttiva a monte, se non la chiusura di alcuni impianti automobilistici, è riuscito a far smaltire per un inesorabile processo di svuotamento, portando, all'estremo opposto, le aree di occupazione terminalistiche ai minimi storici. *"E adesso questo è un vantaggio. Infatti - spiega Baldissara -*

**Nel 2009
i membri ECG
si sono strutturati
per assorbire
il 40% di riduzione
del numero di
vetture trasportate**

dai circa cento giorni di giacenza procapite per auto adesso si è scesi a trenta. Con gli incentivi sulla domanda degli acquisti di nuove auto prevediamo un ulteriore calo complessivo di 1/1,5 milioni di mezzi nel 2010; fatto questo che, come già sta avvenendo, incoraggia le case di produzione a ricostruire gli stock, riportando l'inventario a sessanta giorni nel breve periodo".

Ma intanto, mentre qualche operatore più piccolo spariva per sempre dalla scena, altre imprese fornitrici dei servizi logistici outbound di medie e grandi dimensioni per sopravvivere al brusco e persistente calo della domanda, sebbene calmierato dal mercato dell'usato, si sono ridimensionate, stringendosi sugli asset di proprietà, cancellando complessivamente oltre il 20% dei

nuovi ordini, demolendo i mezzi vecchi per ridurre gli enormi costi di una capacità di offerta in eccesso, eliminando noleggi ed esternalizzazioni. Il tutto, come stimato da ECG, ha equivale al taglio di circa l'83% dei piani di investimento futuri, ma ha consentito di assorbire il 40% di riduzione del numero di vetture trasportate, che ha fatto sopravvivere le imprese.

Il problema adesso è di prospettiva a breve e medio termine. Infatti, alla ripresa della domanda le case produttrici per soddisfare le richieste della di-

Fotolia.com



stribuzione chiederanno nuova capacità di trasporto *“che va ricostruita oggi per evitare che vengano utilizzati mezzi vetusti domani - chiosa Baldissara perché in questo settore non esistono sostituti e gli asset sono progettati specificamente per il trasporto di veicoli. Nel caso di navi, ad esempio, dal momento dell'ordine al primo viaggio effettivo possono trascorrere fino a tre anni al costo di decine di milioni di euro”*. Ora c'è bisogno di ricomporre gli asset - bisarche, carri ferroviari, navi e chiatte dedicate - e si stima che occorranza dai 4 ai 7 miliardi di euro nel breve e medio periodo da reperire sul mercato del credito bancario e finanziario, perché le riserve delle imprese sono state impegnate per la sopravvivenza durante i momenti più difficili e delicati di questa lunga crisi.

Dal canto loro i soggetti del credito, da comportamenti disinvolti del passato che spesso non hanno fatto disdegnare operazioni speculative di ogni genere, mostrano adesso segnali di esasperante cautela, immettendo nell'economia reale elementi di rigidità, che nei fatti rendono molto difficile la ripresa delle imprese. In particolare, negare l'accesso al credito per il finanziamento di nuovi asset o chiedere garanzie che investono l'impresa e non la bontà del singolo progetto, nella logistica outbound dell'auto si

**La ricerca
evidenzia
che il settore è
commercialmente
adattabile e
finanziariamente
robusto**

traduce direttamente in perdita di competitività delle stesse case di produzione, che attraverso la catena logistica outbound a costo unico globale non solo raggiungono i mercati fisici del consumo automobilistico, ma arricchiscono i loro modelli di tutti quei dettagli che determinano le singole scelte di acquisto, grazie al lavoro aggiunto logistico che va dal controllo dell'integrità del prodotto alla lucidatura della carrozzeria, all'installazione degli accessori e operazioni di controllo previste dalle norme di sicurezza stradale dei singoli Paesi, fino all'importantissima assistenza post vendita.

Per questo la scelta di ECG di ricondurre le valutazioni entro confini oggettivi e non percettivi, colmando con il report presentato in Europa un vuoto di informazione e scrollare la riluttanza degli istituti di credito a mettere a disposizione nuovi e necessari fondi di finanziamento sia per il working capital che per i nuovi investimenti. *“Lo studio ha messo in chiara evidenza i tanti punti di forza che rendono il settore commercialmente adattabile, finanziariamente robusto e sostanzialmente caratterizzato da un sano credit risk”* non si stanca di sottolineare Baldissara. Nel 2009 le imprese di ECG hanno registrato oltre 13 miliardi di euro di fatturato complessivo con un'occupazione diretta di 60 mila unità e una dotazione in termini di flotte di 20 mila bisarche, 20 mila vagoni ferroviari, 330 navi, 40 chiatte, e in termini di spazi de-



CLASS

Cooperative Logistica Associate



PROGETTAZIONE & SVILUPPO

GESTIONE MAGAZZINI

CONTI LAVORAZIONE

NOLEGGIO E MANUTENZIONI
SERVOMEZZI

SERVIZI GENERALI



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

Tel. 02 488 7171 - Fax 02 4571 3607

www.class-spa.it

Gruppo FBH

Fotolia.com



dicati di 146 terminal portuali, 460 inland terminal e 58 milioni mq di aree complessive di stoccaggio.

Intanto, la logistica inbound si sta strutturando intorno a uniche piattaforme produttive (come succede per esempio in Polonia), in cui convergono più case di produzione, che utilizzano i medesimi impianti e linee di produzione per la costruzione e l'assemblaggio delle parti meccaniche dei mezzi, avvantaggiandosi dell'abbattimento dei costi di produzione grazie all'economia di scala. Questo nuovo comportamento industriale ha rafforzato enormemente il peso della logistica della componentistica, che se assente, come nel caso italiano di Termini Imerese, determina un aumento dei costi tale da compromettere la competitività dello stesso stabilimento di produzione. Ma contemporaneamente tale comportamento non potrà non impattare anche sull'equazione "costo x distanza" che con-

traddistingue a valle l'economicità dell'automotive outbound, in relazione ai mezzi di trasporto utilizzati per coprire le migliaia di chilometri che separano luogo di produzione da quello di vendita. Infatti, se la bisarca è funzionale alle brevi distanze, per le medie percorrenze lo sono i carri ferroviari, mentre la flessibilità delle navi per questa tipologia di merce è fondamentale nella percorrenza delle lunghe distanze. In tale "razionalità economica" diventa elemento di responsabilità sociale, oltre che finanziaria, il mondo bancario, perché il credito è la condizione fondamentale perché sia possibile realizzare la sostenibilità economica e ambientale con l'adeguamento dei mezzi agli scopi di un settore che oggi in Europa costituisce un'arteria vitale non fungibile di PIL, specializzazione professionale e diffusa occupazione. ■

**La logistica
inbound
si sta già
strutturando
attorno
a piattaforme
produttive uniche**



POLO LOGISTICO DI TORTONA, TORTONA LOGISTICS PARK



THE LOGISTICS SOLUTION

PLT è situato a Tortona a circa 2 km dall'omonimo casello autostradale della A7 Milano-Genova. Il suo posizionamento baricentrico rispetto a Milano-Genova-Torino grazie agli assi autostradali della A26 Genova-Gravellona Toce, della A21 Torino-Piacenza-Brescia e della A7 Milano-Genova, lo rende il principale "centro" per la distribuzione delle merci nel quadrante nord occidentale del Paese. **100.000 mq circa, realizzati in conformità ai più elevati standard internazionali di qualità, secondo le specifiche esigenze degli operatori di settore.**

Edificio A

Immediatamente disponibile
Superficie magazzino: 30.748 mq
Superficie uffici: 1.694 mq

Edificio B

Immediatamente disponibile
Superficie magazzino: 27.314 mq
Superficie uffici: 1.694 mq

Edificio C

Disponibile da dicembre '10
Superficie magazzino: 40.886 mq
Superficie uffici: 1.694 mq

Caratteristiche

Altezza interna: 10,5 m
Piazzali di manovra: 35 m
Profondità magazzino: 100 m
Portata pavimento: 5,0 ton/mq
Bale di carico: 1 ogni 800 mq
Sprinkler



PLT sarà presente
all'EIRE di Milano,
EXPO ITALIA REAL ESTATE,
dall'8 al 10 giugno
presso lo stand di
Jones Lang LaSalle:
Pad. 2, stand F31-33 / G32-34

CONSIGLIERI DEDICATI DA



JONES LANG
LASALLE

Real estate in a changing world

Jones Lang LaSalle
via Aghello 8 - 20121 Milano
tel +39 02 8586 861 - fax +39 02 8586 8620
www.joneslanglasalle.it

www.polotortona.com

È UNO DEI MIGLIORI

SIVIM IM.COM.

CAR.DIS.

GEFCO E' IL LEADER NELLE "DUE RUOTE"

Trecentomila i veicoli movimentati nel 2008 (66 mila solo in Italia, saliti a 100 mila nel 2009) per un fatturato complessivo di circa 60 milioni di euro.

di **Giulia Vivis**



ADAMO RUFFO

Gefco 3PL con 60 anni di esperienza in ambito automotive, è oggi tra i tre principali operatori logistici dell'Europa Occidentale nel settore delle due ruote; la posizione di leadership del gruppo, sia a livello nazionale che internazionale, è supportata da un know-how completo in termini di soluzioni logistiche integrate inbound e outbound. *"Gefco ha generato nel mercato two-wheelers quasi 60 milioni di euro di fatturato nel 2008 – dichiara Adamo Ruffo, sales & marketing manager di Gefco Italia – con un incremento pari a circa il 15% rispetto al 2007. Sempre nel 2008, abbiamo gestito oltre 300.000 veicoli a due ruote, contro i 260.000 del 2007 e i 230.000 del 2006".* L'offerta dell'operatore per questo mercato ricco di peculiarità "logistiche" è oggi completa e ad alto

valore aggiunto grazie agli elevati investimenti effettuati dal gruppo nel corso degli anni: camion a doppio pianale, gabbie metalliche specificatamente progettate e realizzate per il trasporto dei veicoli, formazione costante agli autisti sulle procedure di carico e scarico dei mezzi, customer care dedicati, sistemi informatici ad hoc per l'ottimizzazione dei flussi e il track&trace delle spedizioni, procedure operative continuamente aggiornate e condivise; prevista

anche attività di progettazione, gestione dei flussi sia in approvvigionamento (verso le linee di produzione) che in distribuzione e rappresentanza doganale e fiscale. *"E' proprio grazie alla*

capacità di Gefco di offrire un'ampia gamma di soluzioni personalizzate – continua Ruffo – che qui in Italia, storicamente il Paese più importante per questo mercato, abbiamo messo a punto per Moto Guzzi un piano di re-engineering dei flussi inbound e outbound, che ci ha permesso di ridurre i

tempi di consegna dei motocicli ai clienti finali del 10% e i costi logistici del 15% circa".

Gefco Italia gestisce quasi tutti i principali marchi di moto e scooter; non stupisce quindi che nel 2008 siano stati distribuiti 66.000 veicoli nel nostro Paese e che nel 2009, grazie a una nuova partnership siglata, si siano superate le 100.000

unità. Oltre al già citato marchio Moto Guzzi, l'operatore si occupa della gestione logistica di importanti clienti quali Kimco, Peugeot Motorcycle, KTM, Triumph, Yamaha e Malaguti. ■

Tra i servizi proposti anche attività di progettazione e gestione dei flussi, nonché track&trace delle spedizioni





GSE Group la soluzione per i vostri progetti immobiliari

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

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

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

www.gsegroup.com

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



"QUESTE LE STRATEGIE PER CRESCERE ANCORA"

Il marketing manager illustra scelte attuali e future con cui l'operatore specializzato nella logistica del freddo intende ampliare il proprio business.

a cura di **Ornella Giola**



GUSTAVO SANDOVAL

Dispensa Logistics, uno dei maggiori player italiani della logistica del freddo con un fatturato di 49 milioni di euro nel 2009, dopo una impegnativa e allo stesso tempo riuscita attività di ridefinizione di tutta l'immagine coordinata e delle attività di comunicazione, ha deciso di mettere a punto nuove strategie di marketing, il tutto con l'obiettivo preciso di renderla ancora più aggressiva sul mercato. È proprio l'amministratore delegato, Renato Mosca, ad aver colto l'importanza di dedicare una risorsa a questo importantissimo settore, individuando non più di un anno fa in Gustavo Sandoval, manager con una decennale esperienza nel mondo della logistica, il nuovo marketing manager dell'azienda capitanata da Mosca. *"Il mio primo impegno in Dispensa Logistics - afferma Sandoval -*

è stato quello di rivedere il modo di comunicare dell'azienda nei confronti del suo target di riferimento; ho quindi operato più specificatamente nel campo della comunicazione e dell'immagine aziendale. La comunicazione aziendale è stata concepita sia verso i target esterni di riferimento, sia

verso l'interno. L'obiettivo che mi sono posto fin dall'inizio è stato quello di introdurre una svolta significativa nella concezione del 'brand experience', attraverso un processo destinato a coinvolgere l'immagine complessiva dell'azienda, rendendola coerente e univoca in tutte le sue estrinsecazioni: dalle campagne stampa all'advertising, dalle brochure al sito istituzionale. Il brand stesso 'Dispensa Logistics' dovrà emergere in modo sempre più forte e chiaro". Questa prima fase, già in parte compiuta, ha dato i suoi apprezzabili risultati: sono visibili - tra le varie iniziative - il nuovo sito aziendale completamente rivisitato e multilingua, l'intensa comunicazione mediante presenze pubblicitarie e articoli redazionali sulla stampa, il re-styling di tutti gli uffici di rappresentanza e la personalizzazione dei mezzi di trasporto.

Coinvolta anche l'immagine complessiva dell'azienda, rendendola univoca in tutte le sue manifestazioni

"Ora la mia funzione in Dispensa Logistics - continua Sandoval - è chiamata a svolgere competenze che riguardano più approfonditamente il marketing strategico, mettendo a punto strategie innovative tese a sostenere tutte le attività commerciali, a cominciare dall'analisi del mercato per individuare i bisogni dei clienti e dei servizi, secondo però l'ottica dell'orientamento al cliente. L'obiettivo e la funzione sono ovviamente quelli di identificare i diversi servizi-mercati e i segmenti attuali o potenziali costruiti proprio partendo dal-



CHI È GUSTAVO SANDOVAL

Trentasette anni, laurea in economia e commercio all'Università autonoma di Madrid, master in logistica a Torino, forte di una decennale esperienza nella logistica maturata all'interno della direzione commerciale di aziende leader come TNT Logistics (ora CEVA Logistics) e Kuehne+Nagel; da aprile 2009 è responsabile marketing di Dispensa Logistics, fondata nel 1996 e oggi tra i protagonisti in Italia della logistica del freddo.

l'analisi dei bisogni di cui parlavo. Da questa prima fase siamo arrivati all'elaborazione di linee-guida che permetteranno all'azienda di consolidare la sua leadership. Ovviamente queste linee-guida hanno anche intercettato la definizione della mission aziendale attraverso gli obiettivi e la formulazione di strategie di sviluppo (incluse pure potenziali acquisizioni)".

E questo è solo l'inizio: Dispensa Logistics ha infatti in serbo il raggiungimento di altri significativi obiettivi. *"Dunque – conclude Sandoval - gli obiettivi sono tanti e ambiziosi, ma sono certo che presto li raggiungeremo tutti, forti del fatto di avere alle spalle un 3PL giovane, dinamico, fortemente motivato e che vuole essere partner autorevole per produttori e imprese della GDO intenzionati a terziarizzare la gestione logistica dei loro prodotti, garantendo efficienza del servizio e massima collaborazione. La forza di Dispensa Logistics consiste anche nel fatto che l'azienda crede nell'investimento in risorse e professionalità, una scelta che è garanzia di sempre maggiori successi".* ■



for fashion
R F I D



buona **ID**ea

LAB **ID**

rfid company
via corticella 11/4
40013 castel maggiore
tel. +39051705941
fax +39051705948
www.lab-id.com

LOMBARDIA PIÙ VICINA AL MAR MEDITERRANEO

Grazie ai nuovi servizi di Visemar Line e Venezia Logistics il mercato lombardo viene collegato alla sponda sud del Mare Nostrum. Previsti anche treni blocco bisettimanali e 5 chiatte fluvio-marittime lungo il Po.

di **Giulio Donegal**

Dopo il successo delle tappe a Vienna e Monaco, il porto di Venezia, grazie al contributo di Promos, azienda speciale per le attività internazionali della CCIAA di Milano, è sbarcato a Milano presso la Camera di Commercio. SCOPO dell'iniziativa è approfondire l'analisi e migliorare le proposte legate al sistema di servizi e infrastrutture che collegano l'Italia e l'area mediterranea. In tale ottica, si inserisce la presentazione da parte di Visemar Line e Venezia Logistics dell'inedito collegamento settimanale di linea che da Venezia raggiungerà i porti di Alessandria (Egitto) e Tartous (Siria) e dei servizi ferroviari e fluviali dedicati, che porteranno le merci dal Mediterraneo alla regione lombarda via lo scalo di Venezia con cadenza bisettimanale.

"Intensificare i collegamenti fra le imprese lombarde e il porto di Venezia rappresenta un passo molto importante per consolidare i rapporti commerciali con l'area economica mediterranea - ha dichiarato Pier Andrea Chevillard, direttore di Promos - Questa è solo una delle tante iniziative sostenute da Promos e Camera di Commercio di Milano sul tema Medi-

terraneo. Promos ha infatti attivato, da oltre due anni, un Osservatorio permanente per le infrastrutture dell'area mediterranea, che intende monitorare costantemente lo sviluppo infrastrutturale delle sponde meridionale e settentrionale, per presentare

Un inedito collegamento marittimo unirà Venezia ai porti di Alessandria (Egitto) e Tartous (Siria)

alle aziende italiane tutte le opportunità di sviluppo e collaborazione reciproca".

In rappresentanza del porto di Venezia, all'incontro meneghino, vi erano il segretario generale Franco Sensi e Venezia Logistics, la società dell'Autorità Portuale nata con la mission specifica di sviluppare i collegamenti marittimi intramediterranei, quelli ferroviari (nazionali e internazionali) e il trasporto fluvio-marittimo, il quale sta dando già grandi risultati con la partenza della prima chiatte a container dedicata ai traffici da e per la Pianura Padana (Veneto e Lombardia Orientale).

Il progetto presentato, operativo dall'estate 2010, prevede un ulteriore collegamento ferroviario (271 km) con

capacità e orario di partenza fissi nell'arco della settimana che garantisce la consegna regolare delle merci a tutto l'hinterland lombardo. Da Venezia partiranno infatti due treni a settimana (il martedì e il giovedì) diretti allo scalo ferroviario di Melzo (Milano) da dove poi la merce verrà inoltrata a tutto il mercato regionale grazie a sinergie con gli operatori logistici locali. La prospettiva di sviluppo della linea prevede l'aggiunta di una terza corsa settimanale e il prolungamento a una destinazione piemontese. L'attivazione di un collegamento ferroviario regolare è stato fortemente voluto dal porto di Venezia, ma anche richiesto dagli operatori della regione in quanto ritenuto il vettore fondamentale per l'implementazione dei traffici da e per Venezia e per poter così sfruttare anche i collegamenti in partenza dallo



scalo lagunare per l'export.

La seconda soluzione proposta è il servizio settimanale di trasporto di container su chiatta lungo l'unica via navigabile italiana, il Po. Il vettore fluvio-marittimo - puntuale ed ecosostenibile - è in grado di offrire un collegamento regolare tra Cremona e Venezia grazie a 5 chiatte in classe quinta europea, sfruttando il canale Fissero Tartaro Canalbianco e il tratto navigabile del Po. Da Venezia quindi è possibile raggiungere Mantova 365 giorni all'anno e Cremona per 220 giorni all'anno. Infine, quando verrà completata l'ultima tratta da Cremona a Pizzighettone (Milano), il capoluogo lombardo avrà a disposizione un collegamento privilegiato per il Nordest e il Mediterraneo.

"I traffici generati dalla nuova linea tra il porto di Venezia e quelli del Mediterraneo orientale interesseranno l'area economica della pianura padana fino alle regioni del centro

**Le merceologie
della nuova linea
marittima
interessano
prodotti energetici,
agroalimentari
e manufatti**

Europa, infatti i settori in cui si concentrano i traffici sono quelli dei prodotti energetici e agroalimentari e dei manufatti - dichiara Sensini - I flussi dei primi due sono quasi esclusivamente in import per le regioni del nord Italia, mentre quelli dei manufatti sono bilanciati nelle due direzioni. Lombardia e Veneto importano quindi dalle aree del Medio

Oriente e dell'Africa settentrionale oltre il 6% del totale dei manufatti e ne esportano il 9,2%. È sulla base di questa analisi che abbiamo organizzato i servizi dedicati al mercato lombardo, in particolare quello orientale, e che sono certo riporteranno lo scalo lagunare ad essere punto di riferi- ■



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



warehousing
anche Inhouse-Outsourcing®

value added services
co-packing beni industriali e largo consumo

distribution
nazionale ed internazionale



www.sogema.it

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

LEGNO TROPPO CARO E I PALLET SALGONO

Il costo delle unità di carico ha subito significativi aumenti, complice il lievitare dei prezzi delle materie prime. Come denuncia Assoimballaggi.

a cura di **Anna Mori**

L'esponenziale crescita dei prezzi del legno, che si attesterà intorno al 20% alla fine del primo trimestre 2010, impatta in modo significativo sul settore degli imballaggi. Per questo motivo Assoimballaggi, l'Associazione nazionale delle industrie di imballaggi di legno, pallet, sughero e servizi logistici, ha espresso la propria preoccupazione sulla difficile situazione in cui versa il settore. I produttori di pallet e imballaggi in legno stanno affrontando un periodo difficile, dovuto a un repentino aumento dei prezzi compresi fra i 25€/m³ e i 35€/m³ che ha generato una progressiva contrazione della domanda di prodotti per imballaggio. I fattori che hanno determinato questa situazione sono molteplici e imputabili principalmente a nuove richieste di aumento dei prezzi dei tronchi da parte dei proprietari boschivi, alla scarsa disponibilità di segati per imballaggio e pallet per la ridotta produttività delle segherie, alla crisi del settore edile e alle criticità causate da un inverno rigido che ha creato inevitabili problemi di taglio per le segherie eu-

ropee. A ciò si devono anche aggiungere gli effetti della crisi economica che ancora oggi sta facendo sentire le sue conseguenze.

I dati statistici relativi alle importazioni italiane hanno evidenziato un forte calo dei volumi dei tronchi e dei segati di conifere, rispettivamente del 26,5% e del 20,5% e la produzione di legname al termine del primo trimestre 2010 sta ancora soffrendo. Questa condizione, a cui si unisce il generale aumento dei prezzi dei segati, sta causando una situazione economica e finanziaria divenuta insostenibile per la maggior parte delle aziende che operano nel settore.

Risultano inoltre in forte calo i volumi di tronchi e segati di conifere e la produzione di legname sta ancora soffrendo

"Siamo estremamente preoccupati" commenta Michele Ballardini, presidente di Assoimballaggi – *per lo scenario all'interno del quale le aziende che operano nel settore imballaggi e pallet si trovano. Il generale aumento dei prezzi sta causando una sofferenza tangibile a tutto il settore che ha registrato una diminuzione del volume d'affari in media del 20/25%. Secondo il diffuso parere degli operatori del settore, la tensione sui prezzi sarà destinata a protrarsi anche nel secondo trimestre di quest'anno con ulteriori inevitabili aumenti, accompagnati da carenza di materiale. Per questo è necessario fare sistema, portando avanti a livello associativo richieste che possano trovare nelle sedi adeguate forme di sostegno reale a un settore fondamentale per la movimentazione di tutte le merci e quindi per il buon funzionamento del sistema-Paese".* ■



your logistics experience!

intergroup
logistics experience

Macchina

Uomo

Sembra facile.
Vuoi provare nel tuo giardino?

Gli uomini ed i mezzi sono due elementi fondamentali del nostro lavoro, e dal 1986 noi abbiamo solo i migliori.

Grazie a loro riusciamo ad offrire i nostri servizi di logistica integrata, proponendo soluzioni ideali alle esigenze dei nostri clienti, ed è grazie a loro che lavoriamo quotidianamente come impresa portuale nei porti di Civitavecchia e Gaeta, effettuiamo trasporti (nazionali ed internazionali), abbiamo magazzini su tutto il territorio nazionale e, molto altro...

Civitavecchia & Gaeta

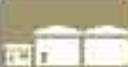
www.intergroup.it



Transport



Marine
Terminals



Warehouses



Packaging



Special
Cargo



Shipping



Ferries &
Cruises



Ideas



Green
Logistics

"KPI" IN LOGISTICA, BINOMIO VINCENTE

Gli indicatori di performance hanno un ruolo strategico anche in una delle funzioni aziendali emergenti, visto il processo di globalizzazione in atto.

di **Alessandro Brizzi**

La supply chain richiede competenze di tipo orizzontale e una forte interdisciplinarietà. Le capacità di progettazione tecnica ed economico-gestionale devono integrarsi con le conoscenze delle normative europee e nazionali. Importanti sono poi le conoscenze in merito alle BAT, *best available technologies*, e una rilevante sensibilità verso il management del servizio e della qualità del servizio. Non può mancare, infine, una visione intermodale del sistema di domanda e offerta dei servizi di trasporto. Tutto ciò significa che le figure professionali del settore devono avere una forte predisposizione a lavorare in equipe, a confrontarsi e coordinarsi con terzi, a gestire situazioni e perso-

ne in condizioni talvolta impreviste. La collaborazione e l'interrelazione, che rappresentano la chiave vincente dell'azione logistica attuale, riescono a essere attuate in quelle realtà aziendali in cui vi è una certa chiarezza tra ruoli, funzioni, mansioni,

Un parametro importante, ma sottovalutato, è rappresentato da reclami e insoddisfazioni dei clienti

processi, attività svolte e servizi erogati. Un supporto può ad esempio essere fornito dalla certificazione ISO 9001 che, attraverso la sua funzione trasversale, favorisce il confronto e lo scambio tra le varie funzioni dell'organizzazione. Gli indici di processo, ad esempio, previsti dalla norma ISO

9001, possono rappresentare quell'elemento di confronto tra le funzioni dell'organizzazione, alimentando il dibattito strategico anche attraverso la disamina di dati e report oggettivi, utili alla determinazione delle linee e dei piani d'azione aziendali.

Ecco, a titolo esemplificativo, alcuni indicatori di rilievo per il comparto logistico. Cominciamo dai reclami dei clienti: questo parametro è importante perché il 50% delle insoddisfazioni dei clienti, reali e riscontrate, non viene di fatto comunicato. Inoltre il 45% delle lamentele, tra l'altro, è comunicato al personale di contatto e agli addetti della prima linea che tra l'altro sono poco preparati a ricevere un reclamo e sono spesso privi di quei requisiti per risolvere il problema, con il risultato





CHI E' L'AUTORE

L'ingegner Alessandro Brizzi è membro dello "Studio Ingegneria Carpinoni & Associati", la cui missione consiste nel supportare le aziende e le pubbliche amministrazioni in ambito organizzativo e gestionale, erogando servizi di consulenza di direzione in funzione delle varie esigenze e obiettivi aziendali. Tra i servizi vi sono sviluppo e conduzione di sistemi di gestione per la qualità (nuova norma ISO 9001:2008), informazione e formazione per quality manager assurance, consulenza per il mantenimento/miglioramento del sistema di gestione aziendale, adempimenti in materia di privacy ex d.lgs 196/2003, qualità ed economia sociale: implementazione sistemi premianti e SA8000, ottimizzazione del rapporto banca-impresa, ri-organizzazione debiti-crediti aziendali, operazioni di finanza straordinaria e revisione periodica dei flussi finanziari. Brizzi sviluppa sistemi di gestione qualità per svariati settori industriali e per aziende di servizi. Le attività svolte riguardano sia progetti specifici in ottica di temporary management, sia attività di assistenza continuativa, incluse quelle di audit e formazione.

che la situazione viene aggravata e peggiorata. Solo il 5% dei reclami viene sottoposto alla direzione. E' dunque importante una corretta gestione delle recriminazioni in quanto rappresentano un feedback per la qualità del proprio operato. Gestire l'impazienza e le lamentele non è sempre facile; il reclamo esplicitato può consentire all'organizzazione di correggere qualche eventuale errore e di non lasciare insoddisfatte le esigenze del cliente. L'obiettivo non deve essere quello di avere meno grane, ma quello di avere il massimo numero di clienti fedeli e soddisfatti. Ciò può essere ottenuto con un impegno continuo all'ascolto e alla reimpostazione del lavoro.

"Ordini perfetti" è un indicatore, che - a sua volta - può essere suddiviso in cinque grandezze:

- percentuale ordine spedito in tempo,
- percentuale ordine spedito senza danni,
- percentuale ordine spedito senza errori di quantità o referenza/tipo,
- percentuale ordine spedito senza errori nei documenti,
- percentuale ordine spedito completo la prima volta.

In generale, occorre selezionare indicatori appropriati per monitorare una mansione o un'area giudicata difficoltosa o critica. Affinché l'implementazione degli indicatori di performance sia efficace è necessario il coinvolgimento e la motivazione dei responsabili delle aree di interesse. La misurazione aiuterà la direzione a valutare i rendimenti dei processi e sarà uno strumento utile per aiutare il personale a compiere meglio il proprio lavoro. Quando si selezionano gli indicatori è inoltre importante ci

sia il consenso ampio da parte di tutte quante le aree aziendali; non si deve ricercare la performance sovrastante di un'area a discapito di altre aree aziendali. Pertanto è decisamente utile un giusto mix di indicatori, con un bilanciamento tra i vari reparti aziendali e un bilanciamento tra indicatori finanziari e non finanziari. Il comparto logistico, in forte crescita sicuramente grazie ai processi in atto di globalizzazione che comportano una lenta erosione del segmento produttivo a beneficio proprio di logistica e distribuzione, può quindi ricevere un'ulteriore spinta di sviluppo dai vantaggi e benefici insiti nei sistemi di gestione per la qualità. ■

**Quando
si selezionano
gli indicatori
occorre che
ci sia un ampio
consenso di tutte
le aree aziendali**



BORSINO Immobiliare
della **LOGISTICA**

powered by
World Capital
www.worldcapital.it

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

www.borsinoimmobiliarelogistica.it

Eastgate Park™, il più grande parco integrato per le imprese, al centro del distretto produttivo del Nord-Est Orientale.

1,8 milioni di mq a disposizione delle aziende per porre basi solide al proprio sviluppo.

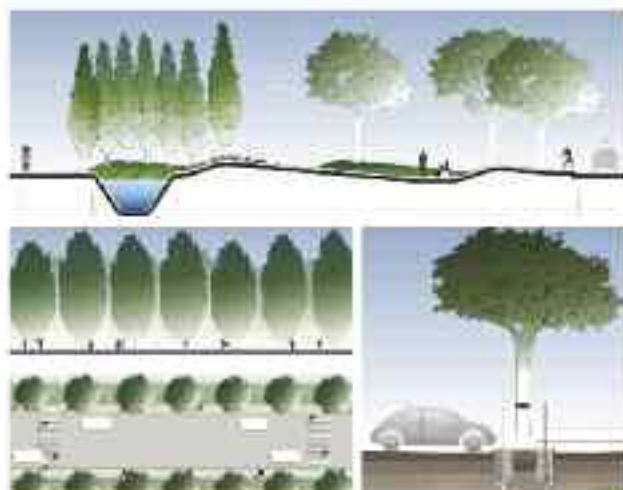
In Provincia di Venezia, nei Comuni di Portogruaro e Fossalta di Portogruaro, sorge Eastgate Park, il primo parco logistico produttivo pensato per rispondere alle esigenze delle aziende che intendono focalizzare le proprie attività in un'area strategica e sviluppare le proprie potenzialità di crescita. Potenzialità fin dalla fase progettuale nell'ottica progettuale dell'imprenditoria, i promotori di Eastgate Park hanno voluto coniugare alcuni fattori chiave che sono anche i principali punti di forza di questa iniziativa: accessibilità a infrastrutture e servizi necessari per fare impresa, funzionalità degli spazi e rispetto per l'ambiente. Oggi in Eastgate Park la combinazione di questi fattori può innescare processi virtuosi, dalla razionalizzazione delle modalità di trasporto (flusso di merci in/out), all'elaborazione di soluzioni edilizie ed impiantistiche avanzate, per il contenimento dei consumi energetici. Un parco integrato ad elevato valore aggiunto, dove le imprese possono fare sistema, attivando le sinergie di distretto e ottimizzando le proprie supply chain.

Un sistema che accorcia le distanze tra le imprese e verso l'Europa. Eastgate Park è nato nel punto più tangibile del sistema produttivo del Veneto Orientale, proceda da più importanti assi autostradali di collegamento con l'Europa Centrale ed Orientale. Ad ulteriore potenziamento delle infrastrutture regionali, è prevista entro il 2011 la completamento della tangenziale di Portogruaro ed entro il 2013 la realizzazione del nuovo casello autostradale di Alvisopoli che ridurrà la distanza di Eastgate Park dall'autostrada A4 a meno di 10km.



Immobili personalizzabili a seconda delle esigenze d'impresa

La superficie complessiva di Eastgate Park, oltre 1,8 milioni di mq di cui il 50% destinato alle opere di urbanizzazione ed urbanizzazione è suddivisa in diverse comparti: Logistico Industriale e Artigianale a cui si aggiunge una Zona di Espansione Funzionale e un Centro Servizi & Polo dell'Innovazione Strategica. Questi comparti sono disposti da un punto di vista architettonico, ma fortemente integrati da un punto di vista funzionale. Gli utenti di Eastgate Park possono edificare realizzando anche interi fondani urbanizzati e vari dimensionamenti: sono quasi 50 gli usi del comprensorio che offrono la più elevata flessibilità d'utilizzo. In aree al cui interno viene offerta alle aziende la possibilità di definire specifiche progettazioni di dettaglio. Oggi ad Eastgate Park sono già disponibili immobili con tagli da 150 a 17.000 mq a prezzi particolarmente vantaggiosi. La programmazione commerciale valida fino al 31 ottobre 2010 prevede la possibilità di acquistare in pronta consegna a 295 €/mq nel comparto logistico a 425 €/mq nel comparto industriale, a 550 €/mq se si tratta di spazi ad uso artigianale. E' prevista la possibilità di affittare spazi logistici e industriali rispettivamente a 29,56 €/mq/anno e 32 €/mq/anno. Sono inoltre in vendita tutti i edifici urbanizzati a partire da 57 €/mq di superficie fondiaria.



Un distretto produttivo tra funzionalità e sostenibilità ambientale
 Concorro ad incrementare i valori del progetto anche la componente paesaggistica: non semplici opere di urbanizzazione, ma un susseguirsi di aree boschive, zone a parco, canali e laghi, mediante cui un'area dimesa è stata restituita a nuova vita. I promotori di Eastgate Park di concerto con la pianificazione urbanistica comunale, hanno garantito la reale sostenibilità ambientale dell'intervento, prestando attenzione alle esigenze produttive e logistiche delle imprese, alle aspettative delle comunità. La concentrazione di attività produttive all'interno di uno stesso parco significa, infatti, minore consumo di territorio, riconversione degli appartamenti di automobili, adozione di soluzioni edilizie ed impiantistiche ecologicamente evolute. Eastgate Park è riconosciuto come esempio di eccellenza per lo sviluppo immobiliare rivolto all'impresa, in termini di efficienza, funzionalità e valore architettonico del progetto. Eastgate Park è risultato vincitore del premio URBANPRIMO 2006 per il miglior piano urbanistico-paesaggistico.

L'eccellenza del POLINS: un ulteriore valore aggiunto

Eastgate Park ospiterà da Giugno 2010 la sede permanente del POLINS, il Polo dell'Innovazione Strategica (www.poloinnovazionestrategica.org): frutto del progetto nato dall'azione congiunta dell'Università Ca' Foscari di Venezia, del Comune di Portogruaro, della Provincia di Venezia, della Regione del Veneto e delle Associazioni Industriali, dell'artigianato, del commercio e dell'agricoltura, finalizzato a favorire l'innovazione nei modelli di business. POLINS si pone l'obiettivo di supportare le imprese - in particolare le PMI - ad innovare, crescere, educare e innovazioni di prodotto in continuo. Questo è il suo obiettivo per puntare ad una reale crescita di competitività delle singole aziende, capaci di fare sistema all'interno di un parco integrato che cresce insieme a loro.



- Superficie Fondiaria totale: 930.000 mq
- Superficie Coperta totale: 465.000 mq
- SLP del primo Edificio Logistico: 33.300 mq
- SLP del primo Edificio Industriale: 8.500 mq
- SLP del Comparto Artigianale: 10.800 mq (suddivisi in 24 unità)

Per maggiori informazioni

Ufficio Vendita in Portogruaro
 Via Rivaio, 52
 Tel. 0421/244422
www.eastgatepark.it

E' una commercializzazione:



RISCHI D'IMPRESA: PERCHE' GESTIRLI?

Lo "strategic risk management" è sempre più vitale per la competitività delle aziende. E coinvolge anche l'intera supply chain.

di **Fabrizio Colaci**

A fronte di un contesto sempre più caratterizzato da elevata competitività e da accentuate interconnessioni tra le aziende e i settori industriali, cresce parallelamente l'esposizione a nuove tipologie di minacce, difficilmente prevedibili e tali da poter condizionare la profittabilità e la sopravvivenza di un'azienda. Per far fronte a questa situazione il rischio deve essere previsto e gestito non solo all'interno della singola impresa, ma anche a livello di supply chain, perché un imprevisto che colpisca un qualunque nodo della catena può avere gravi conseguenze anche per tutti gli altri *stakeholder*. Il tema dell'identificazione del rischio nella gestione della *supply chain* è sempre più all'attenzione dei manager d'impresa ed è destinato a restarci, per almeno due ragioni di fondo:

■ la **globalizzazione** delle catene logistiche estese è un dato di fatto che, indipendentemente dai settori di appartenenza e dalla dimensione delle imprese, tocca profondamente qualsiasi operatore economico che è parte del *network*. Tra le tante implicazioni, globalizzazione significa anche un aumento di numerosità dei nodi (fornitori, impianti, clienti) coi quali si ha a che fare, portando a una crescita più che proporzionale delle interdipendenze tra gli attori coinvolti. Ciò è di per sé un fattore di com-

plessità e di accresciuta incertezza;

■ il **contesto di business** che si sta delineando in questi periodi di crisi è caratterizzato da dinamiche repentine e difficilmente prevedibili, da rapidi cambiamenti di fronte ed inaspettati sviluppi di scenari.

La globalizzazione aumenta il numero dei nodi e questo è un fattore di complessità e incertezza

Si tratta di un sistema oggettivamente più incerto, con ogni probabilità destinato a restare tale anche quando l'auspicata ripresa lascerà alle sue spalle i momenti difficili che stiamo vivendo. È in uno scenario del genere che si sta progressivamente sviluppando lo *stream* concettuale e applicato del *supply chain risk management*, accompagnato parallelamente dall'elaborazione di strumenti e metodologie appropriate alla gestione integrata del processo, dall'identificazione dei rischi alla mitigazione degli stessi.

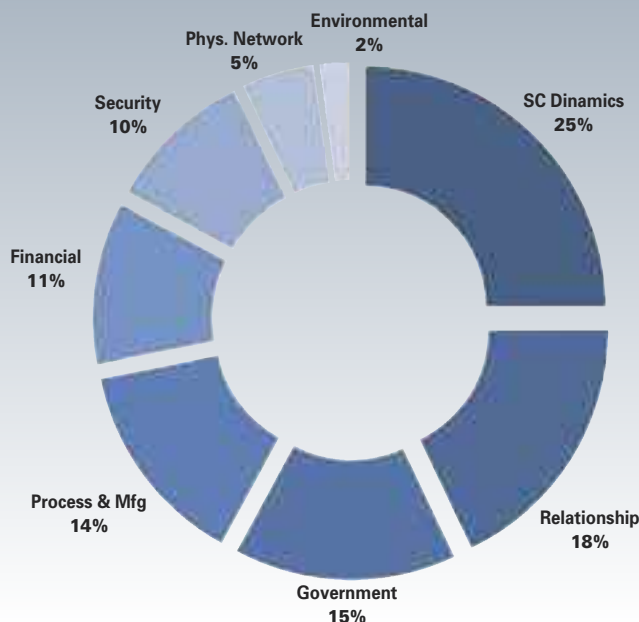
Il progetto di ricerca oggetto della mia tesi di laurea, intitolata "Strategie di supply chain risk management in Italia" ha come obiettivo primario un'analisi di alto livello dei major risk che minacciano la competitività delle aziende di settori differenti, in accordo a un approccio prospettico che tenga conto anche degli sviluppi e delle tendenze futu-

re, nonché un riscontro sul grado di efficacia e affidabilità dei relativi sistemi di business continuity aziendali. La ricerca focalizza l'attenzione su 15 società multinazionali operanti in tre diversi settori del *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), *Hi-tech* e *Industry* in modo da analizzare gli effetti dei rischi della supply chain sotto diversi punti di vista, ossia tenendo conto delle differenti peculiarità del settore di riferimento, dagli obiettivi e dai fattori critici di successo cui le supply chain sono orientate alle criticità che le aziende devono fronteggiare. L'analisi è stata condotta a livello strategico, attraverso interviste *on-site* a gruppi di interlocutori aziendali (SC Director e collaboratori) in accordo a un questionario semistrutturato utilizzato

Fotolia.com



GRADUATORIA DEI MAGGIORI RISCHI



come baseline di riferimento. I risultati della ricerca, espressi sia in chiave generale (sul totale del panel aziendale analizzato), che settoriale, (sulle aziende del medesimo business), consistono sia in una classificazione delle minacce alle supply chain, che nella determinazione dell'opportuna strategia di gestione. Richiamando il framework della ricerca, è possibile presentare gli highlights dei risultati, in accordo allo stesso modello. Dopo lo sviluppo di una tassonomia dei supply chain risk, l'obiettivo consiste nella determinazione delle maggiori minacce condivise tra le aziende del panel di intervistati. La metodologia di calcolo utilizzata sottintende sia una logica di ponderazione dei valori tale da dare maggiore dignità ai rischi che globalmente più condivisi dai *supply chain manager*, che una tradizionale di analisi delle due componenti di probabilità e impatto. Si presenta di seguito il ranking dei SC Risk, nonché un focus sui tre key major risk identificati, sulla base delle indicazioni fornite dalle aziende intervistate.

La graduatoria dei vari rischi prevede:
■ SC Dynamics Può essere considerato il

rischio di maggiore impatto, condiviso dalla maggior parte delle aziende di tutti e tre i settori. Tra i rischi delle dinamiche della SC si annoverano principalmente le problematiche legate agli aspetti di visibilità lungo la SC, di *forecast accuracy* e di gestione delle scorte.

■ Relationship Il rischio relazionale si configura come la minaccia primaria all'interno del settore Hi-Tech, mentre risulta quasi residuale per il settore FMCG. Il motivo è da ricercare in tre fattori fondamentali all'interno del *supply side*, ossia l'efficienza della funzione di *procurement*, che effettua delle valutazioni approfondite e preventive su *partnership* di backup; la fornitura *multiple source* sulla componentistica strategica; la struttura della rete logistica che consente flussi di compensazione tra i magazzini nazionali in caso di necessità. Nel *demand side* invece il rischio verso i clienti, inteso come possibilità di aggregazione degli stessi in poli d'acquisto a maggiore potere contrattuale, si attesta su bassi livelli a causa delle relative diversità culturali, nonché d'interessi degli stessi.

■ Government L'analisi di questa categoria di rischio propone due rilevanti considerazioni. Da una parte gli elevati valori attribuiti all'impatto da parte di

tutte le aziende del FMCG, sempre più soggette a vincoli normativi, siano essi "de iure" (ingresso in nuovi business), o "de facto" (questioni di natura etica legata alla natura del prodotto commercializzato), o a pressioni dell'autorità garante della concorrenza e del mercato attiva nei controlli degli abusi di posizione dominante. L'altro aspetto di rilievo riguarda il settore Industry, generalmente d'accordo a considerare residuale il rischio in esame. I ridotti valori di probabilità ed impatto si giustificano in relazione alle condizioni di stabilità del mercato servito nonché del prodotto commercializzato. Tali fattori sono ormai storicamente consolidati e pressoché inalterati da anni, rendendo marginale la probabilità di stravolgimenti normativi all'interno del settore.

Dopo aver identificato le maggiori minacce all'operato della aziende oggetto dell'indagine, si passa di conseguenza a valutare il grado di efficacia dei sistemi di gestione del rischio implementati dalle stesse. In particolare, tale grandezza è basata sulla valutazione di alcuni fattori opportunamente ponderati, ossia il grado di utilizzo del sistema di SCRM, l'approccio, il livello di formaliz- >

zazione delle procedure di risk management, il grado di estensione, nonché un'autovalutazione fornita dagli interlocutori. Attraverso l'introduzione di questo nuovo parametro di valutazione, è possibile posizionare l'azienda all'interno di una matrice bidimensionale, che al grado di rischio percepito, associi il livello di efficacia del sistema interno di risk management, permettendo di interpretare il grado di coerenza tra le due grandezze per ciascuna delle aziende e di determinare le opportune strategie di gestione dei rischi. All'interno della matrice si individuano tre aree corrispondenti al livello di coerenza dei sistemi aziendali di SCRM, cui è possibile associare l'opportuna strategia di sviluppo degli stessi. Si tratta di:

■ **Coerenza** Le procedure di gestione delle minacce nella supply chain appaiono dimensionate sulle reali esigenze dell'azienda che devono concentrare le proprie azioni sul mantenimento della posizione. Occorre continuare a monitorare i rischi e mantene-

re tale posizionamento.

■ **Sottodimensionamento** Elevati valori di percezione del rischio, a fronte di un sistema di mitigazione poco formalizzato, corrisponde alla zona critica. La strategia associata consiste nel riposizionamento nell'area di coerenza, a fronte di attività di miglioramento del processo di SCRM.

■ **Criticità** (sovradimensionamento) Evidenzia la situazione in cui l'azienda ha strutturato un sistema di gestione dei rischi della supply chain apparentemente eccessivo rispetto alle reali minacce che gravano sul business del-

l'organizzazione. E' necessario a tal proposito tener conto del fattore di soggettività nei rispondenti, i quali hanno percepito le soluzioni interne di business continuity perfino superiori alle reali esigenze di protezione dai rischi.

Le principali indicazioni che emergono dalla lettura della matrice sono:

■ la maggioranza delle aziende si colloca nella zona di coerenza. Questo si-

gnifica che, indipendentemente dal settore, le organizzazioni hanno dei sistemi di *risk management* (formalizzati o desunti dalle tradizionali procedure operative), coerenti al livello di rischio percepito.

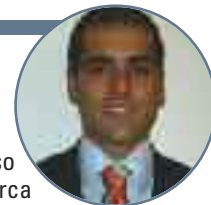
■ Due delle aziende del FMCG risultano addirittura sovradimensionate rispetto al rischio percepito, sebbene tale posizionamento possa essere interpretato come conseguenza di una distorsione nella percezione dell'esposizione alle minacce della supply chain direttamente derivante dalla robustezza dei propri sistemi di SCRM.

■ L'area di criticità corrispondente ad elevata percezione del rischio, in relazione ad una bassa efficacia del sistema di SCRM, include cinque aziende, ripartite tra i settori hi-tech (2 aziende) e industry (3 aziende). Si tratta in particolare di casi in cui non sia neanche presa in esame la possibilità di implementazione di pratiche formalizzate e dedicate alla gestione dei rischi della supply chain.

■ A livello settoriale, in relazione al grado di formalizzazione dei sistemi di SCRM, il settore industry si colloca quasi totalmente nella fascia cosiddetta bassa d'efficacia, mentre si rileva una situazione diametralmente opposta nel business FMCG, dove pressoché tutte e cinque le aziende evidenziano un posizionamento all'interno della fascia più elevata.

CHI E' L'AUTORE

Fabrizio Colaci, nato a Galatina nel 1985, è laureato con lode in Ingegneria gestionale presso l'Università Carlo Cattaneo LIUC con una tesi di ricerca sulla tematica della gestione dei rischi nelle supply chain. Dopo un'esperienza professionale presso la SCA Hygiene Products all'interno dell'area logistica, che gli permette di redigere la tesi di laurea triennale, completa il proprio percorso accademico con una doppia specializzazione in project management e finanza aziendale. Attualmente attivo presso il C-Log, Centro di ricerca sulla logistica della LIUC, svolge principalmente attività di advisory e consulenza aziendale e collabora a tempo pieno su numerosi progetti inerenti a tematiche di strategia e organizzazione d'impresa e supply chain management. Tra i suoi principali interessi vi sono la progettazione, la modellizzazione e la simulazione di sistemi complessi. Collabora inoltre con le principali riviste del settore logistico.



I RISULTATI DELL'INDAGINE

Il posizionamento della matrice rischio sistema SCRM dell'intero panel di aziende



quando
**l'affidabilità
è tutto...**



tasso 0 per 40 mesi

Mitsubishi Carrelli Elevatori crede che il Cliente sia la risorsa più importante. In un mercato in continuo cambiamento, le esigenze dei clienti variano e Mitsubishi ne anticipa i bisogni. Finanziamento a tasso 0, leasing, noleggio a breve e lungo termine, queste sono le proposte di MITSUBISHI, questo il nostro obiettivo per oggi, per domani, per il futuro.



Tasso 0 = massimo risparmio
Mitsubishi Forklift Trucks
vincitore del "European
Award" Garanzia 5 anni



DEGROCAR
insieme possiamo

Degrocar S.r.l.

Impresa di fiducia

email: MKIT@degrocar.it
www.mitsubishiforklift.it
www.forklifttruck.it

Numero Verde

800 264 603



MITSUBISHI
CARRELLI ELEVATORI

HANDLING, QUESTO (S)CONOSCIUTO

Scaffalature e mezzi per la movimentazione sono componenti base di una funzione basilare per il magazzino. Ma come coniugarle tra di loro?

di **Stefano Bianchi** di Alfa Coplan

s.bianchi@alfacoplan.it

Handling è un termine che oggi viene utilizzato sempre più spesso. "Handling" potrebbe essere tradotto con "movimentazione", anche se in realtà con "sistema di handling" s'intende l'insieme di attrezzature fisse (scaffalature) e mezzi di movimentazione (carrelli di diverso tipo, ma anche mezzi automatici come trasloelevatori, navette e AGV). Scegliere un sistema di handling significa individuare la combinazione di scaffalature e mezzi di movimentazione che più fa al caso nostro. Detto in questo modo sembrerebbe facile; in realtà esistono numerose tipologie di scaffalature, e innumerevoli mezzi di movimentazione tra cui scegliere, e la combinazione dei due mondi genera un numero ancora maggiore di alternative possibili.

Per quanto riguarda le scaffalature occorre rispondere a una domanda preliminare: *"quali sono le unità di carico che andranno posizionate su queste scaffalature?"*. Per unità di carico s'intende un elemento fisico contenente una certa quantità di materiale, di forma e dimensioni tali da essere manipolato, impilato e stoccato. Esempi di unità di carico sono il famoso "pallet", ma anche cartoni, gabbie, contenitori di plasti-

ca e di acciaio e tante altre. Definire l'unità di carico è fondamentale per il dimensionamento e la scelta della scaffalatura idonea.

Compiuto questo primo passo occorre affrontare un altro scoglio importante in merito al rapporto tra scaffalature e corridoi. Esistono scaffalature

di tipo "intensivo" dove alcune unità di carico sono posizionate "dietro" ad altre, rispetto al corridoio operativo. Questo consente di sfruttare meglio il volume disponibile nel magazzino. Le "unità dietro" naturalmente non possono essere movimentate prima delle "unità davanti", e quindi questi sistemi intensivi, pur utilissimi, presentano questa particolarità di cui è molto importante tener conto. Se, per esempio, nel nostro magazzino

Un sistema di handling deve poter combinare mezzi di movimentazione e scaffalature per soluzioni ad hoc

Archivio Toyota



dobbiamo ubicare unità di carico tutte differenti una dall'altra, ovvero tutte appartenenti ad articoli diversi o a lotti diversi, un sistema intensivo non sarà adatto allo scopo, in quanto ci obbligherà a compiere dei movimenti "inutili". Al contrario, se nel nostro magazzino sono presenti numerose unità di carico di uno stesso articolo, un sistema intensivo ci consentirà di risparmiare spazio e soldi.

Venendo ora ai mezzi di movimentazione, anche in questo caso credo possa essere di aiuto qualche definizione e un minimo di classificazione. I mezzi di movimentazione possono essere riassunti nelle seguenti categorie: mezzi senza vincoli di mobilità; mezzi vincolati a specifici percorsi operativi; mezzi vincolati a specifiche aree operative. Così come per le scaffalature, anche limitandosi alla prima categoria, alla quale apparten-

CHI E' ALFA COPLAN

In un mondo di tuttologi, Alfa Coplan S.r.l. è una società di **consulenza pura**, nata nel 1980 e specializzata nelle aree logistica e produzione. Le sue attività possono essere così sintetizzate: **consulenza, progettazione e formazione**. Gli interventi sono di taglio prettamente operativo; la loro caratteristica peculiare è quella di essere sempre e comunque progettati con il cliente, coinvolgendolo in ogni fase di progetto. Infatti, il principio guida della società è quello di accompagnare l'azienda lungo il percorso dell'innovazione tenendo conto di obiettivi, esigenze e vincoli.

Alcuni esempi d'intervento:

- audit logistico
- ottimizzazione delle scorte
- ottimizzazione della rete distributiva
- reengineering processi logistici
- creazione cruscotto KPI logistici
- riduzione costi logistici
- progettazione e reengineering magazzini
- progettazione e reengineering siti produttivi

la società ha come clienti più di 300 aziende italiane nei diversi settori produttivi e distributivi: alimentare, automotive, chimico, editoria, elettrico, farmaceutico, fashion, gomma, meccanico, moda e plastica.

Per consultare l'elenco delle referenze e scaricare materiale inerente case histories e articoli, è possibile visitare il sito www.alfacoplan.it

Info: Alfa Coplan, Via Bramante, 23 - 20154 Milano (Milano)
Tel. +39 02.31.30.10; Fax +39 02.34.50.645

gono i carrelli, le alternative sono molteplici: esistono carrelli per tutti i gusti e tutte le esigenze. Innanzitutto ci troviamo di fronte a una scelta importante: corridoi larghi o stretti? Un corridoio stretto sfrutta meglio il volume disponibile del magazzino, ma non consente a più mezzi, o a più operatori, di lavorare contemporaneamente nel medesimo corridoio. Flessibilità o sa-

turazione? Efficacia o efficienza? Il solito dilemma. Un corridoio largo consente di utilizzare un carrello di tipo frontale, ovvero un carrello che corre lungo il corridoio e quindi compie una manovra per posizionar-

si frontalmente rispetto all'unità di carico da prelevare, un po' come far manovra con un'automobile per entrare in un box. Il corridoio stretto invece ci vincola a utilizzare un mezzo di tipo diverso, che lavora "incastrato" nel corridoio, costretto a seguire delle guide metalliche, o una guida a induzione magnetica.

Finalmente, mettendo insieme un tipo di scaffalatura e un tipo di carrello, costruiamo il nostro sistema di handling, sulla base delle nostre esigenze. Queste devono essere supportate da numeri, non da sensazioni e tanto meno da frettolose impressioni. Ragionando in questo modo è possibile cominciare a districarsi nella foresta dei sistemi di handling possibili. ■

**La scelta
della soluzione
adatta deve
essere supportata
da numeri e non
da sensazioni
o impressioni**



SMOOV RIVOLUZIONA COSÌ IL MAGAZZINO

Il sistema di stoccaggio rende accessibili soluzioni anche in situazioni nelle quali fino a oggi il ricorso all'automazione era proprio impossibile.

di **Giovanna Galè**

Alla fine degli anni '90, Apple Computer lanciava la campagna pubblicitaria mondiale "Think Different" dedicata ai geni, ai visionari, agli anticonformisti e ai ribelli, a quanti vedono le cose in modo diverso; persone abbastanza folli da pensare di poter cambiare il mondo e da riuscire a cambiarlo davvero. Un decennio dopo, la sfida del "pensare differente" è rilanciata da Smoov ASRV, giovane e dinamica realtà d'impresa nata in Puglia per realizzare un progetto estremamente ambizioso: cambiare le regole che governano il mercato italiano e internazionale dell'interlogistica grazie a un prodotto totalmente innovativo, così agile, scattante e tecnologico da farsi strada dove l'automazione di magazzino non si è mai avventurata.

Smoov ASRV nasce nel 2009 come spin-off dalla ICAM di Putignano (Bari), azienda che vanta un'esperienza di quarant'anni nella progettazione e

produzione di magazzini e archivi automatici. L'esigenza di creare un'azienda a sé, separata e distinta

L'azienda adegua la tecnologia alle diverse situazioni strutturali e al fabbisogno reale del cliente

dalla ICAM, nasce dalla volontà di Roberto Bianco, amministratore delegato di Smoov ASRV Srl, di realizzare un nuovo concetto di magazzino che attua una sorta di rivoluzione copernicana: passare da soluzioni di automazione applicabili solo laddove il magazzino soddisfi i rigidi vincoli dimensionali

imposti dalla tecnologia a un sistema di stoccaggio automatico nel quale è la tecnologia ad adattarsi alle diverse situazioni strutturali e al fabbisogno effettivo del cliente finale.

Con questa idea tanto semplice quanto rivoluzionaria, resa fattibile dalla disponibilità della tecnologia più adatta, Smoov e l'omonimo sistema di stoccaggio rendono accessibili i vantaggi del magazzino automatizzato anche in situazioni dove sino a oggi il ricorso all'automazione era fuori questione. Smoov si propone l'obiettivo di semplificare le operazioni di movimentazione e stoccaggio attraverso soluzioni intelligenti, che ri-



A DESTRA MAGAZZINO AUTOMATICO A TECNOLOGIA SMOOV ASRV. SOPRA VISTA FRONTALE DELL'ASRV

spondono alle esigenze di un business in perenne evoluzione. Il traguardo è proprio la democratizzazione dell'automazione di magazzino: migliorare la gestione degli spazi creando sinergie tra gli attori della filiera, per offrire uguali opportunità a tutti.

Il cuore dell'innovazione è rappresentato da un sistema intelligente, flessibile e scalabile di movimentazione della merce che permette di realizzare magazzini automatizzati anche in situazioni, come già detto, nelle quali finora l'adozione di questa soluzione risultava impossibile o improponibile. Ciò che distingue Smoov da qualsiasi altro sistema di automazione è aver capito che il funzionamento delle scaffalature può essere

radicalmente modificato, integrando in queste ultime elementi e dispositivi quali binari ed elevatori su cui possono scorrere agilmente speciali mezzi automatici di movimentazione comandati centralmente in modalità wireless. Nucleo essenziale del nuovo sistema è il veicolo ASRV (Automated Storage and Retrieval Vehicle), ovvero un mezzo semovente capace di muoversi direttamente sulle scaffalature per lo stoccaggio e il recupero di un'unità di carico. A differenza

**Il sistema prevede
dispositivi
su cui far scorrere
speciali mezzi
automatici
comandati in
modalità wireless**

dei sistemi a trasloelevatore (ASRS), il nuovo sistema permette di automatizzare magazzini a condizioni, caratteristiche fisiche e prestazionali prima impensabili. La flotta di ASRV può operare singolarmente o in contemporanea e la sua entità numerica è commisurata alle dimensioni e alle effettive esigenze del magazzino. Smoov ASRV è in grado di muoversi ad alta velocità in orizzontale, scorrendo lungo i binari inseriti nelle scaffalature (senza interferire tra loro) e in senso verticale mediante un lift, interagendo costantemente con il software di gestione del magazzino nelle operazioni di stoccaggio e recupero delle unità di carico. ■



SVIZZERALOGISTICA

Salone internazionale della logistica dei trasporti
e dei servizi innovativi alle imprese

10 – 12 giugno 2010 Centro esposizioni Lugano

Ingresso gratuito. Giovedì: 11.00 - 21.00 - Venerdì: 10.00 - 21.00 - Sabato: 10.00 - 21.00

www.svizzeralogistica.com • info@svizzeralogistica.com

PER L' ABBIGLIAMENTO ECCO IL CASO COIN-ND

Nella struttura di Settala (Milano), già in passato oggetto di un progetto sui capi appesi, si è di recente conclusa con successo l'automazione dei processi relativamente alla gestione dei capi stesi.

di **Sara Perotti**

Il gruppo Norbert Dentressangle deve il nome al suo fondatore che nel 1979 prese le redini dell'azienda di famiglia trasformandola in una delle principali compagnie di logistica e di trasporti d'Europa: nel 2009 ha ottenuto un fatturato di 2.719 milioni di euro contando sulla collaborazione di 26.450 impiegati in 16 Paesi. Grazie all'acquisizione di Christian Salvesen, ha raddoppiato il proprio perimetro e incrementato la gamma di prestazioni di trasporto e logistica, a integrazione di nuove attività come la logistica dei prodotti freschi e surgelati.

La gestione logistica dei marchi OVS e Coin, rispettivamente caratterizzati da un movimentato pari a circa 90 milioni di capi/anno e 20 milioni di capi/anno, è stata affidata al gruppo Norbert Dentressangle, che nei propri depositi di Settala e Roma si occupa di buona parte della distribuzione del gruppo. A fronte delle peculiarità che contraddistinguono il settore – elevati volumi, eterogeneità dei prodotti da gestire, forte stagionalità e variabilità della domanda (con conseguente esigenza di un riassorbimento continuo) – l'azienda ha finora operato in modo da poter garantire una logistica reattiva alle esigenze di mercato e una rapidità nell'evasione degli ordini. In linea con il percorso intrapreso, si è recente-

mente concluso un progetto di redesign del proprio business, con lo scopo di ridefinire i processi e ottimizzare il supporto logistico ai fini di un'ottimizzazione delle operations. L'intero progetto ha coinvolto in particolare la gestione dei capi stesi e ha portato all'implementazione di un sistema automatizzato di smistamento e composizione ordini per le filiali di vendita, in affiancamento al preesistente impianto automatizzato per gli appesi.

Il sito di Settala si compone di due immobili. Nel primo, caratterizzato da una superficie coperta di 23.000 mq e sviluppato su 4 piani in altezza (altezza utile sottotrave fra i 10,5 e i 12,5 metri), è operativo un impianto automatizzato per lo stoccaggio e prelievo dei capi appesi (anno di entrata in eserci-

zio 1992, uno dei primi in Italia); alla zona di gestione dei capi appesi si affianca un'area in cui è operativo il nuovo impianto automatizzato per i prodotti stesi. Il secondo edificio, che copre un'area di circa 9.000 mq e si sviluppa su un'altezza utile di 6 metri, è invece interamente dedicato alla gestione manuale dello steso (si tratta di una parte marginale del prodotto, pari a circa il 10% del totale). I flussi complessivi di Settala sono significativi: 2,5 milioni di colli in entrata all'anno e 3 milioni in uscita, pari a circa 100 milioni di pezzi gestiti all'anno (sono più di 600.000 i pezzi smistati in un giorno di picco e oltre 50.000 quelli mediamente smistati in un'ora di picco).

La merce in arrivo al deposito (proveniente dal Far East) è in genere contai-



nerizzata; lo scaricamento dei colli — sono circa 2,5 milioni i colli in ingresso all'anno — avviene grazie a due dispositivi telescopici che vengono inseriti direttamente all'interno dei container e sono collegati ad un nastro trasportatore esterno. Una volta superati i controlli qualità, il flusso è ripartito verso due differenti fronti. Un primo 30% del flusso è pallettizzato e stoccato all'interno di scaffalature tradizionali bifronti (5 livelli in altezza, in grado di fornire una potenzialità ricettiva di 6.000 posti pallet), per poi essere oggetto, in un secondo momento, di prelievo e successivo smistamento. Il restante 70% del flusso in ingresso è invece direttamente convogliato verso la zona di sorting, in cui viene rapidamente processato (l'arrivo alle filiali è previsto entro 7 giorni dalla data di arrivo della merce a magazzino). All'in- >

CHI E' NORBERT DETRESSANGLE

Il gruppo sbarca in Italia nel 1985. Ad oggi, con un fatturato di 103 milioni di euro e una forza lavoro di circa 1.320 collaboratori tra indiretti e diretti, gestisce complessivamente 355.000 mq di magazzini suddivisi nei 20 siti presenti sia in Italia che nella Svizzera italiana. In Italia opera nei settori grande distribuzione, industria food e non food e fashion. Leader anche in quest'ultimo settore, offre servizi specifici gestendo da 2 a 4 collezioni annue, con assorbimento picchi stagionali e garanzia su controlli della qualità dei capi in entrata con standard qualitativi elevatissimi; tra le varie soluzioni implementate ci sono stoccaggio per box cliente, box tecnico, gestione capi fallati, gestione stagioni passate, ottimizzazione delle attività di picking e packing per quanto riguarda produttività e qualità, software per la gestione ad hoc del magazzino, flessibilità nel layout, nelle strutture, nelle infrastrutture e nelle attività in funzione dell'evoluzione del business dei clienti. ND dà molta importanza a ricerca e sviluppo di servizi adattati alle esigenze del cliente e all'integrazione con l'IT. Norbert Dentressangle ha inoltre ottenuto la certificazione ambientale ISO 14001 per tutti i siti italiani, secondo quattro principali direttrici oggetto del proprio impegno: riduzione delle emissioni dei gas a effetto serra, controllo dei rischi stradali, gestione ambientale dei siti, integrazione e promozione sociale.



DEVOLVI IL TUO 5 PER MILLE AD ACTIONAID

La tua dichiarazione dei redditi potrà contribuire a cambiare il futuro di migliaia di bambini e delle loro comunità. La tua firma si trasformerà in lotta alla povertà, in campagne di sensibilizzazione, in aiuti alle popolazioni colpite da emergenze.

Farai parte di operazione fame e con ActionAid sosterrai il diritto al cibo per moltissime persone nel Sud del mondo. Perché la fame è un'emergenza, tutto l'anno, per più di un miliardo di persone.

E tutto questo a te non costa nulla!

CODICE FISCALE
09686720153

SCELTA PER LA DESTINAZIONE DEL CINQUE PER MILLE DELL'IRPEF

Sostegno del volontariato e delle altre organizzazioni non lucrative di utilità sociale, delle associazioni di promozione sociale e delle associazioni e fondazioni riconosciute che operano nei settori di cui all'art. 10, c. 1, lett. a) del D.Lgs. n. 460 del 1997

Il sottoscritto

Mario Rossi

Codice fiscale del contribuente (eventuale)

09686720153

actionaid
operazione fame



SOPRA, PARTICOLARE DEL SISTEMA AUTOMATICO DI SCARICAMENTO DEI CONTAINER. IN BASSO, VISIONE PARZIALE DEL SISTEMA DI SMISTAMENTO



terno dell'area di smistamento i colli – provenienti sia dalla zona ricezione che dall'area di stoccaggio intensivo – subiscono un primo processo di deconsolidamento; i singoli item (capi) sono quindi smistati automaticamente mediante un sorter a doppia profondità (tecnologia cross-belt) verso 450 differenti baie. Ogni baia è caratterizzata da due uscite, di cui una viene utilizzata ai fini del consolidamento dell'ordine in lavorazione, e una ha finalità di "buffer" a disposizione dell'operatore per far sostare temporaneamente la merce in attesa della lavorazione successiva.

La potenzialità di movimentazione complessiva del sorter è pari a 100 milioni di pezzi l'anno (si arriva fino a 600.000 pezzi smistati nelle giornate di picco). Occorre osservare che, una volta smistati, i colli possono percorrere due percorsi alternativi. In caso di colli destinati a filiali che non dispongono di una propria area di stoccaggio intensivo, la merce già allestita viene inviata a un sistema composto da tre miniload (con una potenzialità ricettiva complessiva pari a 15.000 colli) dove è temporaneamente stoccata in attesa



IL SORTING CON TECNOLOGIA CROSS-BELT

che venga portata direttamente a scaffale presso il punto vendita. In alternativa, nei restanti casi, i colli sono inviati a 14 rulliere a gravità, ciascuna assegnata dinamicamente a una diversa destinazione (filiale di vendita/reparto). La merce viene quindi posizionata su roll-container e infine ricongiunta con i capi appesi, per essere caricata sui mezzi (veicoli dell'operatore logistico e dedicati al cliente Coin) e spedita alle filiali di vendita. Ai fini di una costante tracciabilità dei prodotti nelle diverse aree di cui si compone l'impianto, l'intero processo logistico sopra descritto è supportato da radio-frequenza e coordinato dal WMS. E' interessante sottolineare che il carico degli automezzi avviene in modo da garantire un'elevata saturazione: tale operazione è resa possibile grazie alla particolare disposizione dei prodotti, che prevede il posizionamento dei capi stesi nella parte inferiore del mezzo e gli appesi gestiti su barre nella parte superiore. Particolare attenzione viene infine posta alla riduzione degli imballaggi utilizzati: i cartoni inviati alle filiali di vendita sono normalmente rispediti al deposito

per essere successivamente nuovamente utilizzati.

Abbiamo presentato il caso di un impianto di un 3PL dedicato alla gestione dei prodotti di un cliente operante nel settore abbigliamento e fast fashion. La soluzione implementata è articolata e asservita a ricezione, stoccaggio e prelievo delle merci destinate ai punti vendita. La gestione delle operations è stata supportata da un elevato livello di automazione sia nella gestione dei capi appesi (già oggetto di un precedente progetto di ottimizzazione) che dei capi stesi (più recentemente interessati da intervento e automazione), nonché dall'implementazione di un sistema informativo in grado di fornire una costante tracciabilità dei prodotti, che ha permesso all'impianto di raggiungere un'accuratezza oltre il 99.9%. L'impianto risponde alle esigenze aziendali in termini di volumi e produttività (miglio-

L'impianto ha risposto alle esigenze aziendali di miglioramento di volumi, produttività e livello di servizio

ramento nell'utilizzo degli spazi, con raddoppio del prodotto steso gestito, e incremento dell'80% della produttività nello smistamento), accompagnato da un significativo miglioramento del livello di servizio (+1,4% di accuratezza complessiva nelle attività di prelievo e mantenimento del medesimo lead time per tutto il network logistico- ■

citi

by
Linde

easy going.



Son finiti i tempi duri...

Per gli operatori delle consegne in città è in arrivo il rivoluzionario Citi Truck Linde.

Citi truck truck - l'innovativo traspaletto elettrico progettato apposta per il trasporto su automobili destinati alla distribuzione capillare delle merci in città. Compatto, agile, efficiente ed ecologico, il Citi truck è in grado di risolvere tutti i problemi connessi con le consegne cittadine: la soluzione easy going per accelerare il tuo business. Citi truck Linde: le città non saranno più le stesse.

www.cititruck.com

Linde Material Handling

Linde

MINUTERIE: PERCHE' CONVIENE UN SORTER?

Il sistema automatizzato riduce i tempi di evasione degli ordini, garantendo accuratezza, scalabilità e razionalizzazione dei processi.

di **Luca Persico** - SDI senior consultant

Nel processo distributivo di prodotti definiti minuterie (tessile steso e appeso, accessori, multimedia, libri, merci varie, ecc.) l'operatività tradizionale prevede la gestione manuale di ordini e merce in fase di prelievo e di versamento nel collo di spedizione. La gestione tradizionale di questo processo genera un rapporto lineare tra quantità movimentate e monte-ore dedicato alla movimentazione. A fronte di un incremento delle quantità si determina un corrispondente incremento del numero di ore lavorate. L'introduzione di un sistema automatizzato di sorterizzazione (sorter) permette di razionalizzare il processo attraverso soluzioni organizzative che, coniugate alla componente automatizzata, permettono di ridurre il numero di ore impiegate per l'evasione degli ordini e di conseguenza il rapporto di crescita lineare costo-pezzi movimentati. Il vantaggio più evidente, relativo all'utilizzo di un sorter, è legato all'accelerazione del processo distributivo attraverso un'attività di prelievo che viene effettuata in maniera massiva su gruppi di ordini (onde di sorterizzazione). Il prelievo massivo, coniugato con la gestione delle distribuzioni con soluzioni di sorting permette: 1) accelerazione del processo; 2) sostanziale riduzione di manodopera nella fase di prelievo e di composizione colli; 3) abbattimento del rapporto lineare pez-

zi/ore/persona; 4) ottimizzazione della gestione della merce a stock e migliore controllo inventariale; 5) ottimizzazione dello stock e riduzione della superficie utilizzata nel deposito; 6) incremento dell'accuratezza nella composizione degli ordini; 7) soluzione scalabile e di facile assorbimento degli incrementi quantitativi.

L'analisi di implementabilità di un sorter prevede di verificare, sulla base delle specifiche esigenze del cliente, la fattibilità tecnica dell'introduzione di un impianto automatizzato e la conseguente individuazione della tipologia di impianto più idonea sia in termini di caratteristiche tecniche che di dimensionamento. Una volta individuata la soluzione

più idonea, la proposta di layout definitivo viene sottoposta all'analisi sul ritorno dell'investimento per la valutazione di fattibilità economica. Gli studi di fattibilità (tecnica ed economica) e di dimensionamento di un sorter si basano sull'analisi quantitativa dello storico dei flussi logistici (con particolare riferimento alle spedizioni) e sulle previsioni di crescita dei volumi che si prevede di gestire. Le fasi principali dell'analisi quantitativa sono: 1) redazione della "DOPS" (description of operations), documento con la descrizione dell'attuale operatività del centro logistico oggetto di studio, con particolare riferimento alle fasi di picking, di gestione degli ordini e di spedizione; 2) richiesta dati relativa al dettaglio ordini per singolo giorno in un periodo minimo di 12 mesi; 3) simulazione composizione onde di prelievo massivo per individuare la tipologia di gestione ordini

Una volta individuata la soluzione, occorre sottoporre il layout definitivo alla fattibilità economica

Archivio SDI Group



CHI È SDI GROUP

La società progetta, realizza e supporta sistemi di movimentazione e distribuzione integrata per i settori retail, GDO, tessile, multimedia ed e-commerce. Fornisce soluzioni "chiavi in mano" sviluppando analisi dimensionali e produttive nella fase di progettazione e operando in qualità di system integrator in quella esecutiva, ponendo le specifiche esigenze del cliente come obiettivo progettuale. SDI dispone di una vasta gamma di tipologie di sorter per la distribuzione automatizzata di prodotti tessili (capo appeso, steso, calzature ed accessori) multimedia (libri, CD e DVD) merci varie (elettrico, fai-da-te, prodotti per la casa, cartoleria) e colli in genere. La competenza progettuale dell'azienda in qualità di system integrator permette di sviluppare soluzioni ad alto valore aggiunto per la movimentazione merce in fase di alimentazione ed evacuazione delle aree di sorting, oltre che per processi di picking o packing. Completano l'offerta soluzioni automatiche di stoccaggio e di picking/sorting a luci (Pick/Put to Light). Per garantire l'efficacia e l'efficienza funzionale delle soluzioni integrate di material handling, SDI Group fornisce inoltre i sistemi software e di controllo per la gestione dell'intero processo logistico, interfacciandosi con il WMS del cliente.

che ottimizza il picking massivo in termini di colli interi e di prelievi unitari; 4) dimensionamento puntuale del sorter sul giorno di picco (normalmente identificato col 95° percentile della serie storica dei dati sulle spedizioni giornaliere); 5) stima puntuale delle quantità distribuite per giorno fino alla determinazione della quantità di saturazione impianto in prospettiva; 6) determinazione del monte-ore necessario per gestire le quantità distribuite nei due scenari con o senza il sorter; 7) confronto economico dei due scenari e conseguente determinazione del ROI (ritorno dell'investimento). La fase cruciale dell'analisi riguarda la simulazione delle onde di prelievo. Infatti, il sorter può essere utilizzato seguendo diverse logiche operative, le più comuni delle quali sono gestione a cliente (ogni uscita del sorter corrisponde a un singolo cliente), gestione per ordine (a ogni uscita è assegnato un ordine), gestione a collo preallocato (a ogni uscita viene assegnato un collo la cui composizione viene predeterminata sulla base di criteri specifici: integrità di referenza, integrità di modello, integrità di linea, priorità dei clienti, destinazioni geografiche, ecc.). La simulazione è pertanto necessaria per individuare la logica operativa di gestione complessiva più idonea al caso specifico e ottimizzare la produttività del sorter e le fasi gestionali precedenti (picking) e successive (spedizione) questo nell'ottica di integrare l'elemento automatizzato all'interno del processo e non come componente "stand alone". ■



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



CESAB ALLA CONQUISTA DEL MERCATO EUROPEO

Forte di una gamma ora più completa, la Casa del gruppo Toyota punta a creare nel Vecchio Continente una rete omogenea di concessionari.

di **Ornella Giola**



ANGELO ALDÉ'

Bologna ha ospitato il lancio della nuova gamma di carrelli a marchio Cesab (si veda riquadro della pagina accanto). L'evento ha avuto un respiro internazionale con la presenza di rappresentanti della stampa europea, dal momento che Cesab non solo presentava l'ampliamento delle sue gamme, adesso complete anche con macchine frontali e da magazzino, ma la Casa ha illustrato le sue nuove linee strategiche, concretizzatesi pure con il restyling del marchio. *"Abbiamo deciso - dice Angelo Aldé, direttore di Cesab Material Handling Europe - di crescere soprattutto a livello europeo. Il marchio è infatti molto conosciuto, consolidato e apprezzato in Italia, dove è e resta un premium brand. L'obiettivo è di ottenere lo stesso risultato anche in Europa. Un*

obiettivo che rientra nella strategia più ampia di Toyota Material Handling Europe (di cui Cesab è parte)".

La casa nipponica ha infatti da tre anni effettuato una svolta nel Vecchio Continente (non però in Italia), optando per una presenza diretta sul mercato e con quindi una propria struttura che propone prodotti di elevata qualità a una clientela medio-alta.

"Non vogliamo sacrificare la qualità, ma proporre prodotti di alta gamma pure a clienti medio-piccoli"

"La strategia di Cesab in Europa -

prosegue Aldé - è invece quella di raggiungere - sempre con prodotti di qualità alta - una clientela medio-piccola servita da concessionari indipendenti, quindi ben localizzati e intenzionati a garantire servizi personalizzati e flessibili. Il nostro scopo è quello di contribuire al successo del gruppo Toyota in Europa, ma con quindi un approccio strategico che punta alla creazione di una rete omogenea di concessionari (un centinaio in tutta Europa) che accettano di integrarsi nella nuova identità di marca, stringendo rapporti in esclusiva". Nel nostro Paese invece i prodotti continueranno a essere distribuiti ■



ECCO I NUOVI B300 E B400

La nuova gamma di carrelli controbilanciati elettrici di CESAB Material Handling Europe, B300 e B400, è un'evoluzione della nota serie Blitz 48V. Il design compatto offre maneggevolezza anche in spazi ristretti, grazie alla nuova cabina, alla protezione conducente e all'adozione di montanti di nuova generazione che assicurano notevole visibilità e comfort. Il modello CESAB B300 a tre ruote si propone come il mezzo ideale per applicazioni, in interno ed esterno, in magazzini al dettaglio, aree di deposito o stoccaggio, dove si rendono necessari raggi di sterzata molto ridotti. Il CESAB B400 offre invece velocità più elevate e il telaio a 4 ruote assicura elevata stabilità nella movimentazione di carichi in quota o per operazioni su superfici irregolari. Il design della nuova cabina garantisce più comfort, grazie a una migliore posizione di guida che colloca i comandi a portata di mano; tutte le funzioni del carrello sono gestite attraverso un nuovo display multifunzione, tra cui il pulsante di accensione senza chiave. Le operazioni su più turni traggono vantaggio dal sistema di estrazione laterale della batteria. Questa dotazione di serie, facile e veloce, consente di minimizzare il tempo di manutenzione. I nuovi carrelli offrono un miglior impatto ambientale, grazie a cicli di lavoro ridotti per l'adozione di motori AC senza spazzole, che richiedono meno manutenzioni e forniscono velocità di guida e di sollevamento più fluide, utilizzando meno energia. Eliminando la ventola di raffreddamento, il rumore è ridotto, si ottimizza l'uso della batteria e si migliora l'affidabilità del carrello. La potenza del motore è ottimizzata con l'introduzione dell'impianto luci a Led, disponibile in opzione, e con il sistema di frenatura a recupero di energia, che consente di ricaricare la batteria. I nuovi carrelli sono prodotti utilizzando il Toyota Production System (TPS), riconosciuto tra i sistemi produttivi di maggior successo al mondo, nello stabilimento europeo certificato ISO 14001. Ciò assicura alti standard di qualità e garantisce minor impatto ambientale, grazie all'uso di tecniche di produzione prive di sprechi. Si è speso tutto al fine di rendere i carrelli CESAB B300 e B400 i più robusti ed efficienti possibili, grazie all'uso selettivo di pannelli di metallo di grosso calibro che permettono, dove richiesto, di migliorare la robustezza, come ad esempio sul cofano batteria, senza compromettere il peso o le performance del carrello stesso.

MACROAREA LOGISTICA COSTA di ROVIGO



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

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

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

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



**COSTA
SVILUPPO**

COSTA SVILUPPO SPA
Galleria Brancatone, 2 - PADOVA
Tel +39 049 757775
www.costasviluppo.com

NUOVO TRANSPALLET DA CITTA' PER LINDE

E' il CiTi, in versione manuale ed elettrica, che agevola la distribuzione di spedizioni e carichi pallettizzati fino a un massimo di 500 chilogrammi.

di **Angelo Brandinali**

Dal mese di giugno Linde Material Handling introdurrà sul mercato il CiTi, un transpallet (in versione manuale ed elettrica) che renderà più leggere le consegne in città, nell'ultimo chilometro. Con un minimo sforzo, l'operatore è in grado di movimentare carichi fino a 500 kg su distanze considerevoli e di effettuare manovre in spazi ridottissimi con comfort e sicurezza. Uno studio sulla tipologia e sulle caratteristiche di consegna giornaliera ha dimostrato che gli operatori devono sollevare le forche circa 70 volte al giorno e movimentare in media 22 pallet o 2.4 t su una distanza di 2.5 km. È proprio qui che la tecnologia del nuovo CiTi mostra le sue potenzialità, eliminando stress e sforzo fisico e riducendo parecchio i costi della supply chain con operazioni più veloci e sicure. Il compatto Linde CiTi è adatto sia per piccole spedizioni e carichi pallettizzati fino a 500 kg. La struttura tubolare di questo leggero ma robusto transpallet ha un peso inferiore a 100 kg. Il CiTi Truck affronta, senza sforzi, ostacoli come marciapiedi e cigli stradali con altezze fino a 70 mm. Tutto questo grazie a ruote innovative ed esclusive, progettate appositamente per questa applicazione. La ruota motrice in gomma, con ampio diametro, e le due ruote di carico pivotanti, montate posteriormente, permettono al CiTi di superare gli ostacoli. Inoltre, le ruote e i rulli minimizzano la rumorosità, un reale valore ag-

giunto per i residenti durante le consegne in città di prima mattina. Grazie al motore di trazione, rampe con pendenze fino all'8% possono essere affrontate e superate con facilità.

Il motore, integrato nella ruota anteriore, solleva il carico sulle forche con il semplice tocco di un pulsante, evitando lo sforzo di dover "pompare". Il motore viene alimentato da una batteria ibrida al nickel-metallo idruro da 36V, max. 15 Amp, che garantisce un'autonomia fino a 2 ore di lavoro continuativo. In pratica, ciò equivale a essere in servizio per un'intera giornata. La sostituzione della batteria avviene velocemente. L'operatore deve semplicemente scollegare il cavo batteria, rimuovere la batteria

compatta e leggera dal proprio vano utilizzando una maniglia e inserire una batteria carica. Il carrello viene controllato tramite il comando "easyControl" a due vie, integrato nella testa del timone. I pulsanti di marcia avanti/indietro, sollevamento/discendenza e avvisatore acustico sono raggruppati in modo ergonomico per un facile uso. Il pulsante di emergenza si trova sulla copertura del vano tecnico per un veloce azionamento. Può essere utilizzato pure come immobilizzatore ruotando il cappuccio del pulsante e rimuovendolo. Isola l'impianto elettrico e previene utilizzi non autorizzati del transpallet CiTi. Il freno elettromagnetico, attivato al rilascio del timone, migliora le caratteristiche di sicurezza su rampe e pendenze. ■



DOVE VEDETE UN OSTACOLO NOI VEDIAMO UN'OPPORTUNITÀ.

Smoov, il nuovo modo di intendere l'automazione di magazzino.

Di spazio, di costi, di tempo. Sono molte le barriere che possono ostacolare il tuo business rallentandone la crescita.

Smoov ASRV è il rivoluzionario sistema per l'automazione di magazzino basato su veicoli intelligenti e interconnessi che, muovendosi direttamente sulle scaffalature, permettono di scegliere operazioni di stoccaggio e movimentazione merci superando i limiti strutturali presenti.

Ottimizzando così la superficie a disposizione e rendendo l'automazione accessibile anche per piccoli magazzini e in contesti finora impensabili, come locali che presentano pilastri, con limiti di altezza o dalle forme irregolari o complesse.

Perché le grandi idee si trasformano sempre in grandi opportunità.

Rivolgiti al System Integrator o all'azienda di scaffalature di tua fiducia per scoprire come implementare nel tuo magazzino la soluzione Smoov più adatta a te.

Scopri di più visitando il sito www.smoov-asrv.eu o inviando una mail a smoov@smoov-asrv.eu




SMOOV ASRV
Wherever smart.

NASCE "TEMPORARY LOGISTIC STORE-TLS"

Si chiama così la nuova frontiera delle locazioni immobiliari per la logistica, con affitti a breve termine, sul modello dei più collaudati "Temporary shop". E' quanto propone World Capital Real Estate.

a cura di **Giorgio Sanna**

Il grande poeta tedesco Goethe affermava che *"le cose migliori si ottengono solo con il massimo della passione"* e la "passione" è probabilmente la caratteristica essenziale dell'operato della società World Capital. Oggi più che mai la dinamica realtà milanese, grazie alle proprie strategie di sviluppo che l'hanno vista impegnata non solo a fare business, ma anche nella divulgazione di una "cultura" dell'immobiliare logistico, di cui il "Borsino Immobiliare della Logistica" è sicuramente l'espressione più significativa, si può legittimamente considerare un punto di riferimento per il settore. Ecco perché in questa particolare situazione di mercato, con una ripresa imminente che ogni giorno però sembra sempre più volersi semplicemente lasciare desiderare, abbiamo voluto chiedere ad Andrea Faini e a Marco Clerici, rispettivamente managing director e marketing & sales managing di World Capital, se qualcosa è cambiato o cambierà veramente.

La crisi economica favorisce e stimola l'adozione di inedite strategie commerciali e di marketing

nella stessa area geografica con un'altra citazione mi viene da dire come sosteneva Konrad Lorenz che *"non esistono condizioni ideali in cui scrivere, studiare, lavorare o riflettere, ma è solo la volontà, la passione e la testardaggine a spingere un uomo a perseguire il proprio progetto."* L'ultimo anno non

si può di certo considerare come un periodo ideale per "lavorare", ma per noi è stato semplicemente una tappa nel nostro progetto di sviluppo. Abbiamo portato avanti con passione i nostri programmi

mi, operando come sempre a tutti i livelli con la stessa attenzione, volontà e tenacia. Ci siamo quindi occupati per esempio dell'immobile da 25.000 mq per Italia Logistica a Monticelli d'Ongina, così come di quello da 1000 mq per il signor Rossi nella provincia milanese, con un indubbio vantaggio per entrambe le situazioni.

team opera per rispondere a necessità immobiliari "micro" e "macro", raccogliendo obiezioni, necessità e aspettative che la divisione "consulting" analizza e rielabora in possibili soluzioni costantemente proposte ai nostri clienti. Soluzioni che ci permettono di rispondere efficientemente ed efficacemente alle richieste più esigenti. Si tratterebbe di semplici enunciati se oggi non potessimo citare incarichi come quello dell'interporto di Bologna, dove siamo stati



COME AVETE VISSUTO QUESTO ULTIMO ANNO DA TUTTI COSÌ DEMONIZZATO?

■ FAINI: Innanzitutto la ringrazio per averci accomunati al pensiero del grande Goethe e volendo rimanere

A QUALE TIPO DI VANTAGGI SI RIFERISCE?

■ FAINI: Il nostro agire quotidiano si differenzia da quello di molti nostri competitor proprio per l'approccio al mercato. Quotidianamente il nostro

chiamati in causa sia per la commercializzazione degli spazi esistenti, anche di piccole dimensioni, così come per trattare la nuova area di sviluppo di oltre 100.000 mq. Siamo costantemente concentrati sul “fare” più che sul “dire” e questo metodo operativo ci ha portato anche a sviluppare l’idea del “Temporary Logistic Store”.

TEMPORARY LOGISTIC STORE, DI COSA SI TRATTA IN PARTICOLARE?

■ **CLERICI:** Potrei semplicemente dire che si tratta di una risposta specifica a una “aspettativa” del mercato. Per quanto ci riguarda ci siamo limitati a condividere con le “proprietà” immobiliari queste aspettative, rielaborandole in soluzioni operative per dare delle risposte reali a quelle che oggi sono divenute “richieste” di mercato.



Tecnicamente si tratta del semplice concetto del “Temporary Shop” trasferito all’utilizzo di magazzini logistici. Può sembrare una soluzione banale, ma in realtà una cosa è certa: la “crisi”, oltre alle difficoltà economiche, ci ha lasciato in eredità molte domande alle quali dare delle risposte e per quanto ci riguarda pensiamo, come sosteneva il comediografo e scrittore irlandese George Bernard Shaw che “le domande alle quali è più difficile rispondere sono quelle la cui risposta è più ovvia.”

IN ALTRE PAROLE STATE PROPONENDO AL MERCATO LOCATION CON SOLUZIONI LOCATIVE ANCHE A BREVE TERMINE?

■ **CLERICI:** Abbiamo raggiunto accordi con importanti player che ci permettono di considerare questo tipo di soluzione per andare incontro alle esigenze specifiche dei tenant chiamati a gestire e/o sviluppare particolari commesse. Stiamo parlando di operatori immobiliari logistici che hanno

compreso quale altro ruolo potenziale possono avere all’interno dell’intera filiera logistica la dove si trasformano da semplici fornitori di beni/servizi a partner competitivi. Siamo felici che la visione di Jesse Livermore, forse il più grande trader di tutti i tempi, per cui “il professionista cerca di fare la cosa giusta, piuttosto che focalizzarsi sul guadagno: egli ben sa che il profitto altro non è che la conseguenza di una serie di azioni corrette”, si stia diffondendo anche nel settore immobiliare.

QUINDI, ANCHE VOI VI ATTENETE A QUESTA FILOSOFIA?

■ **CLERICI:** Le rispondo con dei numeri. Oggi gestiamo circa 1.500.000 mq di immobili logistici in tutta Italia, sia nuovi che usati, fra i quali quelli di Condotte Immobiliare S.p.A. ad Anagni nell’omonimo polo logistico (www.polo-logistico-anagni.it) e quelli del Fondo Commerz Real AG a Biandrate nel Logistic Park (www.biandratelogisticspark.com). Allo stesso tempo siamo impegnati sul versante uffici con la gestione di immobili del Fondo Pensione Unicredit e per altri importanti operatori. Abbiamo allocato numerose unità immobiliari commerciali per retailer nazionali e interna- >

“Il ‘TLS’ risponde alle esigenze di tenant chiamati a gestire oppure a sviluppare particolari commesse”

L'INTERPORTO DI BOLOGNA VISTO DALL'ALTO



zionali, così come per primari istituti finanziari per i quali stiamo sviluppando specifici progetti di ricerca e selezione di immobili per l'apertura di nuovi sportelli. Se aggiungiamo a questo lo sviluppo del brand "personalRE", lanciato nel gennaio 2010, ovvero il primo personal trainer del business immobiliare, che si propone come un "private banker" per il Real Estate, è chiaro che il tutto, in un periodo come questo, non sarebbe stato possibile svilupparlo senza una precisa metodologia abbinata alla massima fiducia e rispetto dei nostri clienti.

A QUALE TIPO DI METODOLOGIA FA RIFERIMENTO?

■ **CLERICI:** Tramite un'attenta e continua analisi del mercato e grazie anche a periodiche attività di valutazione degli asset, riusciamo a mantenere elevato l'aggiornamento tecnico/normativo del nostro team. Da un punto di vista operativo le posso segnalare il nostro metodo "Comparable Assett".

COMPARABLE ASSETT, CHE PIÙ PRECISAMENTE SAREBBE?

■ **CLERICI:** È uno strumento di supporto alle decisioni per la scelta dell'offerta più vantaggiosa in ambito Real Estate, nato dalla necessità della no-

stra divisione "Agency" di essere quotidianamente efficiente nel dare risposte efficaci e tempestive alla clientela. La proposta più vantaggiosa è la soluzione che, in riferimento a determinati algoritmi, si avvicina maggior-

"E' importante porsi come unico interlocutore che crea un rapporto di massima fiducia con i propri clienti"

mente alle richieste della parte richiedente considerata come situazione ottimale. Il modello prevede l'attribuzione di specifici "pesi" a cinque parametri fondamentali che indirizzano qualsiasi processo decisionale di compravendita immobiliare ovvero: budget, consistenza, location, tipologia e tempistica. Allo stesso tempo, l'attività sul campo dei commerciali e la costante attività di ricerca e sviluppo della divisione "Consulting" hanno portato ad una implementazione del modello "comparable" che da strumento di supporto alle decisioni per la scelta dell'offerta più vantaggiosa diviene anche un importante alleato per "calibrare" meglio l'offerta stessa.

MA COME RIUSCITE AD ESSERE COMPETITIVI SU TUTTI QUESTI FRONTI ?

■ **FAINI:** La nostra forza è nel nostro team. Un team composto da persone

dotate di specifiche competenze acquisite grazie a una quotidiana applicazione pratica delle più innovative teorie di gestione dei patrimoni immobiliari in grado di rispondere alle esigenze più complesse. Ricerca e innovazione sono la linfa del loro agire quotidiano, in un continuo esercizio di applicazione sul campo delle proprie competenze.

SE DOVESSE EVIDENZIARE UN VALORE ASSOLUTO CHE VI CONTRADDISTINGUE, COSA SUGGERIREBBE ?

■ **FAINI:** L'essere in grado di porsi come unico interlocutore che in ogni momento con assoluta riservatezza crea un rapporto con i propri clienti fondato sulla massima fiducia, grazie a una consolidata esperienza nella gestione delle relazioni ad alti livelli.

PER CONCLUDERE, COSA CI DOBBIAMO ANCORA ASPETTARE PER QUESTO 2010 DA WORLD CAPITAL?

■ **FAINI:** Ho iniziato con una citazione e chiuderei sempre con una citazione questa volta dell'economista e filosofo americano James Thurber, il quale sosteneva come sia *"meglio conoscere alcune delle domande che tutte le risposte"*. World Capital sarà quindi come al solito impegnata nel "porre" le domande più importanti ai propri clienti con i quali costruire delle risposte concrete per le loro neces- ■ >

EIRE

L'EVENTO INTERNAZIONALE DEL
REAL ESTATE DELL'AREA MEDITERRANEA



8-10 GIUGNO 2010, FIERAMILANO

FOCUS LOGISTICA E REAL ESTATE

9 GIUGNO ORE 10.00

CONVEGNO ORGANIZZATO DA
BIL – BORSINO IMMOBILIARE DELLA LOGISTICA
IN COLLABORAZIONE CON EUROMERCI

**"IMMOBILIARE LOGISTICO,
UN'OPPORTUNITÀ PER OPERATORI
E INVESTITORI"**

ENTRA NELL'EIRE COMMUNITY: WWW.ITALIAREALESTATE.IT

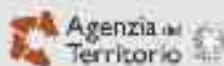
Per partecipare al convegno è necessario essere accreditati ad EIRE.
L'ingresso è a pagamento: per informazioni e modalità consultare il sito internet www.italiarealestate.it



fieramilano



SPONSORED BY



IN COLLABORATION WITH



MILANO FIERA/EXPO



Exhibition Office: Ge.Fi. S.p.A. Viale Achille Papa 36 - 20149 Milano (Italy) T +39 02 31911911 F +39 02 31911920 italiarealestate@gesdionline.com



fieramilano
19-21 novembre 2010

TRANSPOTEC^{2.0}

SALESI E SERVIZI APPORTATI DALLA LOGISTICA
E DALL'INDUSTRIA DEL TRASPORTO

L'evoluzione

**Uomini prima che
camionisti
Camionisti prima
che consumatori**

Prove Veicoli, Convegni e Workshop
Expo dei modelli più recenti
Area espositiva interna ed esterna

A Milano tre giorni dedicati all'autotrasporto, all'innovazione, all'ambiente, un momento di festa e di confronto per ritrovare i valori forti del grande mondo del trasporto su gomma.
Transpotec 2.0, Lavoro & Passione

Veicoli commerciali **Veicoli industriali**
Rimorchi e semirimorchi **Logistica**



IL 19 Expo Area Fiera Milano, 1
20145 Milano
Segreteria Organizzativa Tel. 049 8752345
e-mail: info@transpotec.com

www.transpotec.com



FIERA MILANO

WORLD CAPITAL IN CIFRE

Società: World Capital Real Estate

Sede operativa:

Centro Direzionale Cassina Plaza

Via Roma, 108 – Edificio G

20060 - Cassina de Pecchi (MI)

Tel. +39 0295305886

Fax +39 0295305209

info@worldcapital.it

Rappresentanze estere:

New York, Parigi, Londra, Praga, Barcellona

Web: www.worldcapital.it

Servizi:

Divisione Agency: Consulenza commerciale e statistica per stime, valutazioni immobiliari, progettazione e assistenza tecnica, gestione cantieri e gestione dei crediti in contenzioso.

Divisione Consulting: Per privati e società che vendono, locano o acquistano immobili a uso residenziale, capannoni produttivi, magazzini per logistica, uffici, terreni, hotel e resort.

Divisione Property: Gestione patrimoni immobiliari e locazioni, servizi di facility management, assistenza tecnica conformità impianti, allestimento depositi e gestione rischi aziendali (Safety).

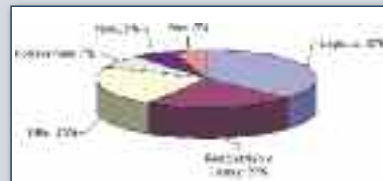
Divisione Investments: Operazioni di sviluppo immobiliare, investimenti a reddito, valorizzazione di patrimoni immobiliari.

Struttura:

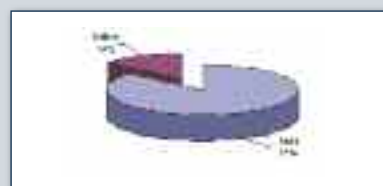


Consulenti esterni: 200

Business per aree operative:



Ambito d'azione:



IL PORTO DI VENEZIA LANCIA CINQUE SFIDE PER IL SUO FUTURO

Fronteggiare gli scali nordeuropei, giocare un ruolo tra quelli adriatici, riformare la portualità nazionale, avviare alleanze col retroterra e nuovi assetti infrastrutturali. Questi gli obiettivi da perseguire.

di **Federico Paluan e Irene Zaino**

Nonostante il 2009 sia stato un anno orribile anche per la portualità internazionale, il porto di Venezia continua a mantenere una forte volontà di crescita. Lo scalo ha molte possibilità da mettere a frutto, grazie anche alla sua eccellente posizione geografica. Si trova infatti lungo la rotta più corta – quella cioè che assicura il miglior tempo di transito – tra Asia ed Europa e ha alle spalle la parte dell'economia italiana – il Veneto, il Nordest e la Lombardia orientale – maggiormente votata all'esportazione. La sua collocazione naturale dà al porto di Venezia un vantaggio competitivo che sta solo ad esso non perdere. E per non perderlo, Venezia deve vincere – e non da sola – almeno cinque sfide.

La prima è quella dei porti mediterranei rispetto ai porti del Mar del Nord, da Le Havre ad Amburgo. Sfida nella quale il porto di Venezia deve costruire le necessarie alleanze con tutti i porti che vanno da Valencia, in Spagna, a Costanza, in Romania, sul Mar Nero.

La seconda sfida – parte integrante della prima – è quella dei porti dell'alto Adriatico che devono guadagnarsi il ruolo di multi-porto d'Europa, convincendo le navi che entrano in Mediterraneo da Suez a risalire l'Adriatico. Sfida da vincere battendo la concorrenza degli altri multi-porto del Mediterraneo e affrontabile con successo solo sulla base di una stretta alleanza – fatta di rapporti di cooperazione e competizione –

con i vicini scali marittimi di Ravenna, di Trieste, di Koper e di Rijeka.

La terza sfida è quella che Venezia può vincere solo assieme all'intera portualità italiana, che ha bisogno di essere messa in condizione di competere con gli altri porti europei sulla base di un quadro normativo all'altezza dei tempi. La quota italiana di transhipment mediterraneo, da mantenere soprattutto con i porti del Mezzogiorno e la quota del mercato europeo finale da conquistare con i multi-porto dell'Alto Tirreno e dell'Alto Adriatico sono la posta in gioco.

La quarta sfida, urgente, che il porto di Venezia può vincere solo assieme ai protagonisti del suo hinterland "naturale", punta a ridare la "sua" base portuale al sistema logistico e produttivo del Nordest e della Lombardia orientale.

La quinta è la sfida, tutta locale, che deve dare al porto – in armonia con lo Stato, la Regione del Veneto, la Provincia di Venezia e i comuni di Venezia, Mira e Cavallino-Treporti – un assetto infrastrutturale e organizzativo all'altezza



Archivio Metalogistica

IL RUOLO DELL' ALLEANZA CON IL RESTO DEL TERRITORIO

La quarta sfida è forse la più affascinante: comporta la ricostruzione di un'alleanza tra il porto di Venezia e il suo retroterra naturale: il Veneto, il Nord-Est, la Lombardia orientale, e, traguardando oltre le Alpi, la Germania meridionale e l'Austria. Ma anche la Francia, quando sarà possibile far correre le merci lungo il corridoio V, attraversando la Torino-Lione; la Svizzera, quando i trafori del Gottardo e del Loetschberg consentiranno di attraversare le Alpi svizzere; l'Ungheria e l'Ucraina, quando il corridoio V sarà completato verso Budapest; e la Repubblica Ceca, la Slovacchia e la Polonia, quando il corridoio 23 Adriatico-Baltico consentirà di andare oltre Vienna. Tuttavia, per restare al di qua delle Alpi e guardare in primis al Veneto e al Nordest, è compito inderogabile del porto di Venezia ridare quanto prima una base portuale e logistica al tessuto economico e produttivo del Nordest, ancora costretto, ma lo è purtroppo da anni, decenni, a cercare la propria base portuale lontano da qui: nei porti del Tirreno se non addirittura nei porti del Mar del Nord. La cruda realtà è che oggi su 100 teu prodotti nel Veneto e nel Nordest che debbano imbarcarsi per muoversi verso destinazioni al di là di Gibilterra o Suez, 30 vengono movimentati attraverso i porti liguri e altrettanti, se non di più, attraverso i porti di Rotterdam e Anversa. L'instradamento di questo volume di merci attraverso il porto di Venezia costituirebbe il più grande contributo all'aumento dell'efficienza produttiva del sistema produttivo veneto, oltre che un contributo a ridurre la congestione del sistema stradale e ferroviario europeo.

delle sfide precedenti. Un assetto disegnato in coerenza con la politica di salvaguardia di Venezia e della sua laguna, in forme compatibili con una morfologia lagunare da valorizzare, in modi coerenti con la storia passata della "Venezia da mar" e, più recente, di porto anche industriale. Un assetto sostenuto da una efficienza trasportistica e logistica di sistema. Una sfida nella quale coinvolgere attori pubblici, come gli interporti, a partire da quelli maggiori che gli stanno alle spalle, come Verona, Padova e Bologna, e da coltivare con gli attori privati della produzione, del trasporto e della logistica: realtà che alla fine decidono con le loro scelte della fortuna di ogni porto. Uno sforzo collettivo, dunque, ma uno sforzo che ha dalla sua l'interesse – mediterraneo, italiano, nordestino e veneto – a poter contare di nuovo sul porto che ha fatto per secoli la fortuna di Venezia e che è all'origine della sua cultura, ma che negli ultimi quarant'anni era stato indotto, o si era rassegnato, a sfruttare solo la sua rendita di posizione, rinsecchendosi in un ruolo comodo, ma poco utile all'Italia, al Veneto e al Nordest. ■



Portoni industriali, pedane di carico e sigillanti perimetrali

Tutto da un unico fornitore: soluzioni logistiche Hörmann.



Portoni flessibili
e scarramento scorrevole con
dispositivo antirullo SoftEdge

Per processi di lavorazione veloci sono necessarie soluzioni intelligenti ed affidabili. Affidatevi all'esperienza del marchio Hörmann: pedane di carico, sigillanti perimetrali, boccaporti prefabbricati e portoni industriali, studiati in ogni minimo dettaglio e perfezionati con sistemi adattabili ad ogni situazione.

HÖRMANN
Porte • Portoni • Sistemi di chiusura



Per maggiori informazioni:

www.hormann.it

Tel. 0461-244444 • Fax 0461-241557 • info@hormann.it

A FORLÌ' LE NOVITA' DI FISCO E DOGANE

Un affollatissimo seminario organizzato dalla locale Camera di Commercio, in collaborazione con Assologistica, ha fatto il punto sui nuovi adempimenti.

di Ornella Giola

Riflettori puntati su novità fiscali e doganali al seminario dal titolo "Iva 2010 - Territorialità dei servizi e Intrastat" organizzato a Forlì dalla Camera di Commercio di Forlì-Cesana in collaborazione con Assologistica e sponsorizzato da Magazzini Generali Raccordati di Cesena, storica realtà logistica locale (si veda riquadro). A seguire i lavori un pubblico folto e attento alla presentazione del nuovo assetto normativo illustrato da Mario Spera della direzione centrale normativa dell'agenzia delle Entrate. Spera ha - fra l'altro - ricordato come sia in atto un cambiamento epocale: con le nuove disposizioni le prestazioni di servizi verranno tutte tassate, salvo rare eccezioni, nel Paese del committente; i committenti nazionali potranno così svolgere tutti gli adempimenti in Italia, senza ricevere l'ad-

debito Iva da un altro Paese europeo per poi chiedere un rimborso.

La sede di Magazzini Generali Raccordati di Cesena ha ospitato nel pomeriggio la riunione delle commissioni dogane (presieduta da Stefano Morelli) e internazionalizzazione (presieduta da

Carlo Dolza) di Assologistica, durante la quale Morelli ha illustrato quanto detto nella commissione dogane di Confetra e puntualizzato la novità rappresentata dallo sportello unico, realtà - al momento solo virtuale - alla

E' previsto che le prestazioni di servizio verranno tutte tassate, salvo rare eccezioni, nel Paese del committente

quale gli operatori potranno inviare telematicamente le dichiarazioni import/export, ottenendo un unico atto amministrativo di appuntamento. ■

CHI È MAGAZZINI GENERALI RACCORDATI

L'evento forlivese ha avuto quale ospite di casa Magazzini Generali Raccordati di Cesena, s.r.l. creata nel 1967 da Carlo Montalti, la cui attività è continuata grazie alla dirigenza del figlio Luigi. A oggi la famiglia Montalti, alla sua terza generazione, dirige l'attività aziendale con l'apporto dei nipoti Massimiliano e Michele, attuali managing director della società. Posizionata al crocevia dell'autostrada A14 Bologna-Ancona e della E45, in vicinanza delle principali arterie di trasporto su gomma, Magazzini Generali Raccordati di Cesena opera su un'area interamente di proprietà di quasi 40.000 mq, di cui circa 20.000 adibiti a magazzini. Negli anni la società ha sviluppato la propria attività coprendo diversi settori della filiera logistica, dal deposito in magazzini a temperatura ambiente a quello a bassa temperatura, dall'operatività doganale al trasporto, dalla gestione delle scorte al magazzinoaggio specialistico (prodotti saccariferi, acque minerali, vini, succhi di frutta, elettrodomestici ecc), dal picking alla distribuzione e all'offerta del deposito fiscale accise e IVA. Il costante aggiornamento di impianti, attrezzature e apparecchiature informatiche consente di assicurare alla clientela un'operatività flessibile e di soddisfare le diverse esigenze di chi è alla ricerca di un partner affidabile.





World Capital[®]

REAL ESTATE GROUP

AGENCY · CONSULTING · PROPERTY · INVESTMENT

Provincia di Milano Comune di Sesto

AFFITTASI



Distanze: 12 km da Milano (uscita per A1/A7/VA)
Magazzino: da mq. 4.000 a mq. 12.000
M. Ribalta: nuovo e doppio fronte
Ufficio: in base esigenze
Note: servizi integrati all'attività logistica

log. trasp.

Provincia di Venezia Comune di Annone Veneto

**VENDESI
AFFITTASI**



Distanze: 7 km da Venezia (uscita A4 - San Siro e Livenza), 10 km da Portogruaro
Magazzino: Isola A28 - Villaggio
M. Ribalta: mq. 14.700 H: mt. 10,50
Ufficio: mq. 3.150
Note: immobile doppio fronte ribalta, ideale da adattare a piattaforma distributiva, possibile ampliamento altri mq. 4.700

distribuzione

Provincia di Roma Comune di Roma

AFFITTASI



Distanze: zona turistica
Magazzino: mq. 7.000
M. Ribalta: monofronte
Ufficio: in base alle esigenze
Note: immobile ideale per attività di distribuzione e spedizione

log. trasp.

Provincia di Catania Comune di Catania

**VENDESI
AFFITTASI**



Distanze: 7 km da Centro Catania
Magazzino: mq. 14.000 H: mt. 12,00
M. Ribalta: SS
Ufficio: mq. 550
Note: immobile un fronte ribalta di nuova costruzione, impianto antinquinamento, ampi piazzali

logistica

Provincia di Milano Comune di Milano

AFFITTASI



Distanze: 14 km A4, 11 km A1/VA
Magazzino: mq. 7200 H: mt. 6,00
M. Ribalta: 40 pa
Ufficio: mq. 1.200
Note: immobile doppio fronte ribalta, ottimamente posizionato per servizi Milano città, fronte logistico est

trasporti

Provincia di Milano Comune di Melegnano vic.ze

**VENDESI
AFFITTASI**



Distanze: 12,5 km da Milano
Magazzino: mq. 60.000 H: mt. 12,00
M. Ribalta: in base esigenze
Ufficio: in base esigenze
Note: Immobile unico due fronti ribalta ottimamente posizionato, possibilità di fruttuoso aumento

trasp. log. distr.

Provincia di Frosinone Comune di Anagnini

**VENDESI
AFFITTASI**



Distanze: 34 km da Roma (uscita Roma sud), 20 km da Frosinone, 6 km da viale A1 casello Anagni/Fregene
Magazzino: mq. 21.441 H: mt. 8,50
M. Ribalta: in base esigenze
Ufficio: mq. 550
Note: disponibili in moduli di superficie variabile da mq. 300 a mq. 2500 circa, pronta consegna, prezzi interessanti

logistica

Provincia di Milano Comune di Peschiera Borromeo vic.ze

AFFITTASI



Distanze: 7 km dalla tang. Est, 18 km provinciale A1
Magazzino: mq. 4.250
M. Ribalta: 20
Ufficio: mq. 500
Note: immobile doppio fronte ribalta a temperatura controllata, ideale per la distribuzione del settore alimentare

logistica

Provincia di Novara Comune di Bignate

AFFITTASI



Distanze: 50 km da Milano
Magazzino: mq. 50.000 H: mt. 10,50
M. Ribalta: 60 circa
Ufficio: in base esigenze
Note: possibilità fruttuoso da mq. 5.000. Canoni di locazione interessanti, pronta consegna, Offerta esclusiva

log. trasp.

BORSINO
Immobiliare
Logistica

www.borsinoimmo.it

Via Roma, 103 ed. G - 20090 Cassina de' Predari (VA) - Tel. +39 02 85309668 - www.worldcapital.it - logistica@worldcapital.it



30 GIORNI LE NOTIZIE DEL MESE

a cura di **Carolina Quaglia**

AUCHAN PROTEGGE I SUOI IPER Grazie a un accordo con Checkpoint Systems, Auchan installerà in altri 14 ipermercati impianti dotati di Radio Frequenza, che si aggiungono ai 21 già protetti con la stessa tecnologia. Il passaggio alla RF nasce dalla volontà di sviluppare progetti di protezione alla fonte mediante un'innovativa metodologia antitaccheggio, che consiste nell'introduzione di un circuito RF- EAS direttamente nella fase di produzione o imballaggio della merce, contribuendo efficacemente alla riduzione delle perdite e comportando una serie di benefici per retailer e clienti. Grazie alla protezione alla fonte infatti i responsabili dei punti vendita non hanno necessità di impiegare il proprio personale nell'attività di etichettatura degli items finalizzata all'antitaccheggio. Inoltre, gli articoli ad alto rischio di furto possono essere esposti in tutta tranquillità, garantendo così alla clientela un prodotto più attraente e direttamente accessibile sullo scaffale che non deve essere messo sotto chiave. Il progetto attuale interessa in particolare 3 nuovi punti vendita (Napoli, Catania e Palermo) e la sostituzione in altri 11 ipermercati degli impianti di sicurezza esistenti - che operavano con tecnologia acusto-magnetica - con le antenne Checkpoint RF.



NUOVO SITO INTERNET DHL.COM DHL rinnova il suo sito istituzionale www.dhl.com e 140 siti locali DHL che fanno parte del network mondiale del gruppo. Il nuovo sito nasce per rispondere al meglio alle richieste

di un accesso ancora più semplice e veloce a tutti i suoi servizi. DHL.com assicura infatti agli oltre 300.000 visitatori al giorno di trovare le informazioni sulle divisioni del gruppo, utilizzare i tool tecnologici e i portali web dedicati. Nel 2009 DHL ha registrato più di 110 milioni di utenze e il numero è in costante aumento. Il rilancio mondiale coinvolge oltre 80.000 pagine web in 40 lingue differenti.

ACCORDO UPS - ALIBABA.COM L'express courier ha siglato una partnership strategica con AliExpress (www.aliexpress.com), un nuovo negozio all'ingrosso on-line lanciato da Alibaba.com, il più grande operatore e-commerce al mondo per le piccole imprese. AliExpress consente ai clienti di personalizzare gli ordini in base alle esigenze delle loro piccole imprese, offrendo la possibilità di effettuare acquisti in piccole quantità e transazioni on-line istantanee, oltre a un servizio di deposito a garanzia volto a tutelare acquirenti e venditori. Grazie all'accordo con UPS, AliExpress può ora offrire agli utenti il vantaggio strategico di gestire on-line i processi di spedizione e monitoraggio integrando la tecnologia UPS nella piattaforma AliExpress, con la possibilità di stampare etichette e richiedere il ritiro dei pacchi a UPS direttamente dal sito AliExpress. Molti dei fornitori che vendono su AliExpress sono soci di lunga data di Alibaba.com attraverso il quale lavorano da anni con acquirenti oltreoceano. La base iniziale di fornitori comprende aziende della Cina continentale, ma la piattaforma sarà successivamente accessibile anche a fornitori internazionali.

SVIZZERALOGISTICA A LUGANO Svizzeralogistica, salone internazionale dedicato a tutte le tematiche della logistica, si svolgerà dal 10 al 12 giugno presso il centro esposizioni di Lugano. La manifestazione, nata sotto il patrocinio delle più importanti associazioni di categoria, si pone come punto di riferimento per tutti gli operatori interessati a questo settore. All'interno dei 10.000 mq di superficie espositiva finemente arredata sarà possibile osservare i prodotti e i servizi più qualificati e innovativi. Spedizionieri, trasportatori, veicoli commerciali, allestimenti per magazzini e sistemi di tracciabilità sono solo alcune delle categorie di espositori presenti alla manifestazione elvetica. **Info:** www.svizzera-logistica.com ■

Tecnica

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

Flessibilità

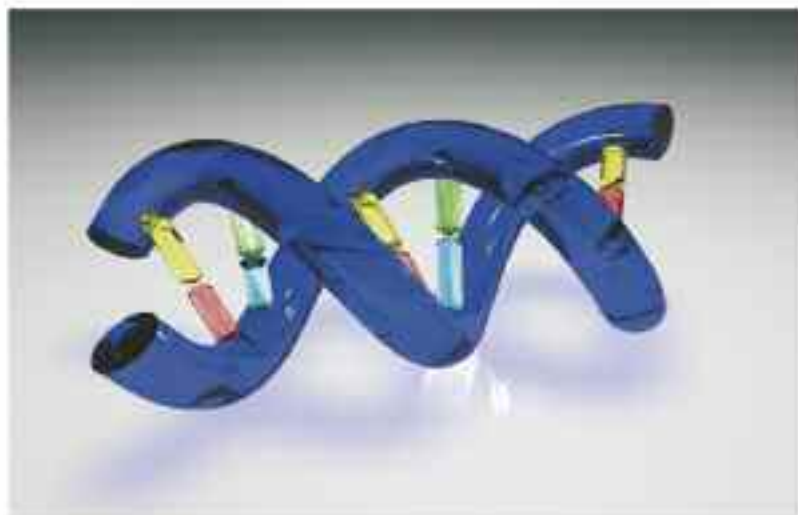
Il forte orientamento al Cliente assicura il continuo miglioramento dei processi e delle performances.

Dinamica

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

Veloce

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



Logistica_da sempre

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



www.bsl-spa.it

Aprile 2010
SOTTO IL SEGNO DELL'ARIEETE

Nasce TOYOTA MATERIAL HANDLING ITALIA



ARMANDO TESTA

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

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