

Alberto Crivello di Safim

"LA VOGLIA DI CRESCERE
HA FATTO SÌ CHE LA CRISI
CI SFIORASSE APPENA"

FROZEN LOGISTICS, SETTORE IN TENUTA

DOGANE

AIDA, versione tutta italiana di e-customs

AUTOTRASPORTO

Tariffe minime, eccole di nuovo!

ATTUALITÀ

E' ora di rimettere mano al Piano della logistica

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 ribalte 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 legni 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 policarbonato
- Impianti di riscaldamento e raffreddamento delle aree di servizio e degli uffici
- Impianto fotovoltaico
- Impianto ascensore
- Impianto d'allarme e di videosorveglianza
- Classificazione energetica B



CONFERMAZIONE A CURA DI



Affitto: TECNOAZIENDA S.R.L.
TORRE 4 - PIANO 1° INT. 15 - SEGRATE (MI)
TEL 02.70.30.00.11
e-mail: rifu2@tecnocasa.it - Iscrizione ruolo società: 348-1504977



www.laduale.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.euomerchi.it
e-mail: redazione@euomerchi.it

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

Direttore responsabile
Jean Francois Daher

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

Intervista ad Alberto Crivello

**"LA VOGLIA DI CRESCERE
ANTIDOTO ALLA CRISI"**

2

Dogane

**AIDA, VERSIONE ITALIANA
DI "E-CUSTOMS"**

8

Piano nazionale della logistica

**E' ARRIVATA L'ORA
DI RIMETTERVI MANO**

12

Autotrasporto

**TARIFE MINIME,
ECCOLE DI NUOVO!**

14

Prevedere & pianificare

**COME "NAVIGARE"
NELLA VARIETA'**

20

FOCUS- Logistica del freddo

**LA CONVENIENZA PREMIA
I PRODOTTI SURGELATI**

30

FOCUS - Cargo aereo

**LA CRISI? UN RICORDO
MA NON PER L'EUROPA**

50

MAGAZZINO DEL MESE

ASSOLOGISTICA NORD EST

44

30 GIORNI

48

NOVITA' PRODOTTI

60

66

CERTIQUALITY

IL LEADER DELLA CERTIFICAZIONE NELLA LOGISTICA
E NEI TRASPORTI



ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ

CERTIQUALITY S.r.l. ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ
Via Giustino Giardino 4 - 20123 Milano - tel. 02 8064171
fax 02 80691710 - certiquality@certiquality.it

www.certiquality.it

VENEZIA: tel. 041 5094235/6/4 - BERGAMO: tel. 031 56721.75/06
FIRENZE: tel. 055 377304/3060233 - ROMA: tel. 06 97271.106/1090
NAPOLI: tel. 081 5621194 - RAVENNA: tel. 0532 5046136
CATANIA: tel. 095 4927017

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).

"LA VOGLIA DI CRESCERE ANTIDOTO ALLA CRISI"

Lo sostiene l'AD dell'operatore piemontese specializzato nel freddo che ha da poco acquisito nuovi importanti clienti nel settore dolciario.

di **Ornella Giola**



ALBERTO CRIVELLO

La nostra è una società antica e giovane al tempo stesso, dal momento che da sempre ha fatto dell'innovazione e della qualità dei servizi il suo cavallo di battaglia". Esordisce così Alberto Crivello, amministratore delegato di Safim, operatore della logistica del freddo, nonché importante player del settore, anche se presente in particolar modo nel Nord-Ovest.

LA VOSTRA LOCALIZZAZIONE IN PROVINCIA DI TORINO E IL CONSEGUENTE RADICAMENTO NELL'AREA PIEMONTESE NON HA IN QUALCHE MODO COMPROMESSO LA VOSTRA CRESCITA A LIVELLO NAZIONALE?

■ In parte questo è vero, ma ciò non toglie che non solo in Piemonte, ma anche in Valle d'Aosta, Liguria e parte occidentale della Lombardia siamo leader nel settore del freddo, garantendo una plu-

ralità di servizi, dal mero deposito e conservazione dei prodotti alla gestione di piattaforme logistiche in conto terzi con servizi integrati e a 360 gradi (dal ricevimento merci alla loro distribuzione) e alla gestione di transit point. Nell'area nord-occidentale i nostri clienti sono serviti giornalmente, in modo diretto e capillare

mediante una flotta di mezzi di proprietà di una società del gruppo. Tengo però a precisare che effettuiamo distribuzio-

ne anche nel resto d'Italia, avvalendoci di partner selezionati con estrema cura.

A None (Torino) il 3PL dispone di una piattaforma tutta refrigerata di 12.500 mq, che saliranno a 15.000 nel 2011

DAL 2005 LA VOSTRA STRUTTURA CENTRALE SI È SPOSTATA DA AVIGLIANA A NONE, PRIMA PERIFERIA A SUD DI TORINO. COSA È ACCADUTO IN QUESTO LASSO DI TEMPO QUINQUENNALE?

■ Dal 2005 a oggi abbiamo effettuato notevoli investimenti, traslocando tutte le nostre attività nella struttura di None, che occupa 12.500 mq di superficie tutta refrigerata da +4°C a -20/25°C e alla quale nel 2011 si aggiungeranno altri 2.500 mq destinati a potenziare l'area ortofrutta, freschi e congelati.



L'ORGANIGRAMMA AZIENDALE



Non va dimenticato che la prima attività di Safim (poi arricchitasi nel tempo con servizi logistici diversificati) era quella di stoccatore di merci congelate e materie prime dell'industria carnea e ancora oggi abbiamo molta carne congelata depositata nei nostri magazzini. In sintesi puntiamo a disporre entro l'anno prossimo di una piattaforma di 15 mila mq totalmente refrigerati.

QUALI SONO STATI GLI EFFETTI DELLA CRISI SULLA VOSTRA ATTIVITÀ?

■ Possiamo dire che la crisi ci ha solo sfiorato. Grazie soprattutto alla nostra determinazione e voglia di crescere, abbiamo notevolmente potenziato la rete commerciale, il che ci ha permesso di acquisire nuovi importanti clienti anche in settori del tutto inediti per noi.

QUALI SONO QUESTI SETTORI?

■ In particolar modo quello dolciario, che oggi non si accontenta più dei tradizionali servizi collettamistici, ma per questioni di sicurezza e di rispetto delle normative HACCP preferisce rivolgersi a operatori specializzati nel freddo, al fine di mantenere costante (specie dal punto di vista della temperatura) la catena distributiva nell'arco dell'anno e in particolar modo a Natale, quando il picco lavorativo del dolciario risulta toccare il suo massimo. Nel 2011 vorremmo poi approcciare la gestione

delle carni per conto della GDO, con centralizzazione nei nostri depositi e poi redistribuzione nei supermercati.

PUÒ FORNIRE QUALCHE DATO DI BILANCIO E DI TRAFFICO DI SAFIM?

■ Abbiamo chiuso il 2009 con oltre 12 milioni di fatturato (erano 10,5 milioni nel 2008) e contiamo di crescere ancora nel 2010. L'anno scorso abbiamo movimentato complessivamente 70 milioni di chili di merce e a fine 2010 dovremmo superare gli 80 milioni di chili.

E VENIAMO AI VOSTRI SERVIZI.

■ Per quel che concerne la nostra attività di deposito, disponiamo di magazzini a custodia e frigoriferi (da +4°C fino a

-25°C) per lo stoccaggio di diversi generi alimentari (freschi, congelati e conservati), di materie prime per l'industria alimentare e di vari altri prodotti agricoli, dolciari e farmaceutici. Tutti i nostri depositi sono conformi alle normative ASL e con riconoscimento CEE. Effettuiamo poi progettazione e gestione di piattaforme logistiche, attività totalmente a carico di mio fratello Alessandro Crivello, direttore logistico di Safim. Le piattaforme vengono progettate insieme ai clienti, che in seguito possono contare su un organico completo dal momento in cui ci affidano le loro merci a quello in cui esse raggiungono i clienti o punti vendita. E ancora curiamo la gestione di merci secche, fresche o congelate, in transito per la redistribuzione alla GDO, al normal trade, al canale mense e comunità. Con l'attivazione di un transit point le merci destinate ai clienti finali arrivano al distributore già pronte per la consegna, >

In futuro vorremmo approcciare nuovi segmenti di mercato, come la gestione delle carni per conto della GDO



BORSINO Immobiliare
della **LOGISTICA**

powered by
World Capital
www.worldcapital.it

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

www.borsinoimmobiliarelogistica.it

con evidenti vantaggi economici per tutta la catena distributiva. Vi è poi ancora il servizio di lavorazione conto terzi: portiamo avanti l'attività storica del gruppo occupandoci del confezionamento, in ambienti coibentati, di prodotti ittici per tutte le aziende che ne fanno richiesta.

QUALE È L'ESATTA FUNZIONE DI SAFIM LOGISTICS SERVICE?

■ A maggio 2008, in virtù del forte incremento dei volumi distribuiti e spinti dalla necessità di garantire certi standard qualitativi anche nel trasporto, abbiamo costituito Safim Logistics Service che effettua tutti i trasporti della società, disponendo di quaranta mezzi tra bilici e motrici refrigerate. Svolge attività propria, ma lavora in esclusiva per noi.

COME È STATA STRUTTURATA LA VOSTRA DIVISIONE ICT?

■ Disponiamo di un centro informatico interno all'azienda incaricato di sviluppare programmi su misura per i clienti; il che risulta avere un impatto estremamente positivo su questi ultimi.



UN PO' DI STORIA

Ecco le tappe degli oltre settant'anni di storia di Safim:

20 luglio 1934

■ Ad Avigliana, in provincia di Torino, viene fondata la "Società Anonima Franco-Italiana Merluzzi" (S.A.F.I.M.), specializzata nella lavorazione e nell'essiccazione del baccalà.

Anni '50

■ I cambiamenti economici di questi anni inducono l'azienda a modificare 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.

Anni '80

■ La famiglia Crivello rileva la società e implementa accanto ai servizi di puro magazzinaggio quelli dei trasporti e della gestione delle merci.

Anno 2005

■ Con 70 anni di esperienza l'operatore inaugura il nuovo stabilimento di None (alle porte 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, per mezzo di una gamma completa di soluzioni per le specifiche esigenze, in oltre 10.000 mq di superficie di magazzini frigoriferi.

Anno 2009

■ Si procede all'inaugurazione di una nuova cella -20°C di 2500 mq. L'area destinata allo stoccaggio e alla movimentazione dei freschi passa così da 10.000 a ben 12.500 mq totali. Nell'ottica di fornire un servizio completo alla clientela, oggi Safim propone anche magazzino doganale e fiscale di tipo A classificato al numero N213 (operazioni allo stato estero, temporanea custodia a dazio sospeso, import/export con spedizioniiere in sede); facchinaggio e gestione magazzini e merci in outsourcing presso terzi; tracciabilità HACCP; gestione automatizzata delle giacenze e dei flussi merci e infine gestione ordini (bollettazione/picking) con servizio di accesso on line per i clienti.

CHE RAPPORTO AVETE COL MONDO DELLA FORMAZIONE E IN GENERALE CON QUELLO ACCADEMICO?

■ Collaboriamo con la facoltà di Veterinaria dell'Università di Torino: ospitiamo periodicamente studenti universitari presso i nostri depositi, consentendo loro di verificare da vicino come si lavora nelle celle frigorifere e che cosa si fa - diciamo così - un gradino prima di accedere alla soglia dei supermercati.

QUAL È IL CLIENTE TIPO DI SAFIM?

■ E' una media impresa che ha compreso che la terziarizzazione del magazzino genera "saving" e consente di concentrarsi ancora meglio su quello che è il proprio "core business".

VUOLE INDICARE LE MAGGIORI CRITICITÀ DEL VOSTRO SETTORE?

■ Indubbiamente quelle legate alla gestione (attualmente negativa) dei bancali; vi è poi l'alto costo dell'energia (mediamente un 20% in più dei nostri competitor europei) e infine la "fragilità" di un comparto quale è quello degli operatori dell'autotrasporto. ■

**Dal 2008
è operativa Safim
Logistics Service,
che - con i suoi 40
mezzi - si fa carico
dei trasporti
di Safim**

real innovation



Come sopravvivere alla sfida delle risorse limitate? Trovando nuovi modi per fare di più con meno. ProLogis fa esattamente questo.

Oltre 700.000 m² delle nostre piattaforme logistiche in Europa sono stati progettati secondo gli standard LEED® o BREEAM facendo di noi il leader nella fornitura di magazzini sostenibili certificati.

ProLogis: innovare per soddisfare i bisogni di domani.

www.prologis.com/real



relationships



service



experience



results



The leader in industrial real estate

L'ULTIMO MIGLIO È SEMPRE PIÙ DECISIVO

Sono in continua crescita le aziende interessate a monitorare la qualità di questo servizio, ottenendo molteplici vantaggi di ordine operativo, amministrativo e anche di customer service.

di **Paolo Sartor**

I trasporti, insieme ai depositi, influiscono su tempi e costi, nonché su molti processi decisionali di marketing e logistica dove l'abilità e la capacità dell'operatore logistico si fanno giorno dopo giorno sempre più importanti e decisive per la piena soddisfazione della committenza. Le informazioni ottenute da un buon sistema di esitazione sono utili all'impresa per misurare il livello di prestazione del sistema (come ad esempio il numero degli ordini inevasi o i tempi di gestione dell'ordine), oppure consentono di identificare e correggere le prestazioni insufficienti del ciclo dell'ordine. Con il parametro dell'esitazione si intende l'arco di tempo che intercorre dall'acquisizione dell'ordine alla sua evasione ed è importante monitorarlo per individuare le cause di eventuali variazioni nell'erogazione del servizio. L'organizzazione della distribuzione per un'azienda industriale o commerciale rappresenta una delle componenti più costose della logistica e un fattore strategico della gestio-

ne, in quanto influenza direttamente il servizio al cliente. Si tratta di un'area d'intervento che richiede maggiori organizzazione e professionalità ed è in questo quadro che si stanno delineando nuove procedure che consentono di fornire alla clientela tutte le informazioni sull'esito della spedizione. La progressiva e inesorabile frammentazione delle consegne, imposta dalle aziende, sta esigendo la definizione di sistemi e procedure semplici e non interpretabili, tali da permettere una rapida verifica della prestazione logistica.

Per incrementare efficacia ed efficienza in un'azienda che opera nel settore della logistica distributiva è sempre più importante omogeneizzare i flussi fra le diverse filiere, progettando e applicando sistemi, regole e procedure comuni. Centrale diventa anche la formazione del personale, con azioni mirate alla standardizzazione operativa, per permettere alla committenza - quando e se lo desidera - di verificare lo stato di evasione di una consegna e della relativa documentazione associata alla spedizione. In pratica significa fornire al

Archivio Volvo Trucks



COSA VUOLE IL CLIENTE

Il servizio di distribuzione al cliente si focalizza oggi su tre elementi fondamentali

- affidabilità dei tempi di consegna,
- capacità di evadere gli ordini, garantendo ampia flessibilità nella gestione dei picchi e delle emergenze,
- riduzione delle scorte di magazzino.

OBIETTIVO: FORNIRE UNA LEADERSHIP DI COSTO E DI SERVIZIO

La modifica del ruolo e supporto fornito dall'operatore logistico prevede quanto segue:

- gestire consegne frazionate con benefici sulla riduzione delle scorte (ricerca di specialisti di filiera/area geografica/tipologia di servizio),
- raggiungere un livello di servizio garantito contrattualmente e costantemente monitorato,
- accedere alle moderne tecnologie che possono dare valore aggiunto nel servizio al cliente (RF, voice picking, RFID, track&trace, Pod, bar code) attraverso uno "specialista" del settore e di filiera *(che deve dimostrare conoscenza del prodotto e/o delle problematiche dei differenti canali distributivi)*,
- sviluppare piani di miglioramento del servizio / riduzione dei costi con condivisione di costi e benefici

cliente una serie di informazioni relative alla catena distributiva con una completa reportistica su ogni singolo servizio. Il fornitore di servizi logistici – specie con la committenza più strutturata – firma contratti d'appalto di servizi, nei quali si impegna a fornire giornalmente tutte le informazioni relative all'avanzamento delle consegne come il servizio tracking & tracing, gli esiti relativi alla consegna e il rientro della documentazione in formato elettronico.

E' molto importante definire una buona casistica. Questa attività fondamentale è da svolgersi preliminarmente all'avvio del contratto di distribuzione, in quanto consente alla committenza di monitorare con un linguaggio standardizzato e non interpretabile il livello di servizio conseguito dal fornitore logistico nell'espletamento della sua funzione. Doppia fondamentale perché consente di chiudere la posizione, procedendo tranquillamente alla fatturazione delle merci consegnate a destino.

Generalmente, una gestione dei trasporti efficace ed efficiente diventa più importante per un'azienda quando il valore del prodotto trasportato aumenta. Infatti, mentre il costo assoluto del trasporto sarà probabilmente più grande per prodotti più costosi, la sua percentuale rispetto al costo del prodotto potrà essere più piccola. Al contrario, per prodotti di basso valore i costi di trasporto di solito rappresentano una percentuale più grande del loro stesso valore: ciò può di fatto vanificare la possibilità di vendere determinati prodotti in alcuni mercati.

Il trasportatore, assumendosi la responsabilità della spedizione dal carico a partenza fino allo scarico a destino, è tenuto a garantire la tempestiva e corretta consegna a destino delle merci e del ritorno di imballi e di prodotti resi, comprensivi della relativa documentazione. Diventano così importanti qualità dei servizi percepita dal cliente, rispetto degli ordini di spedizione, capacità di rilevamento e tracciamento delle spedizioni, accuratezza per fatturazione e rientro tempestivo dei documenti di trasporto, capacità di

scambiare dati per via elettronica, sviluppo di partnership a lungo termine con beneficio reciproco, capacità di fornire un servizio che non danneggi i beni in transito e infine capacità di gestire l'incasso di titoli e contrassegni allo scarico. La distribuzione fisica dei prodotti aggiunge valore al prodotto; infatti al valore che il prodotto ha al termine del ciclo di produzione va aggiunto quello che viene ad assumere perché presentato come richiesto, nelle quantità e qualità desiderate e reso disponibile al momento e nel luogo voluto. Per ottenere questo risultato il trasportatore deve essere considerato come un collaboratore a cui comunicare tutte le informazioni per la completa soddisfazione delle parti. La distribuzione fisica delle merci e, più in generale, la logistica distributiva sono nate per ottimizzare e rendere più efficiente la risposta globale della prestazione in termini di servizio, il quale deve trovare un equo e bilanciato rapporto tra la tariffa offerta al cliente e la sua giusta remunerabilità per il trasportatore. La stessa esistenza della logistica si giustifica proprio per la necessità di ragionare sui costi totali supportati dall'azienda, da correlare al livello di servizio ottenuto; sono questi costi totali che vanno ottimizzati e non i singoli costi area per area. ■

■

E' importante definire una buona casistica; attività da svolgersi preliminarmente all'avvio del contratto





AIDA, LA VERSIONE ITALIANA DI DOGANA ELETTRONICA

L'acronimo sta per "automazione integrata dogane accise". E' un sistema informativo che integra sdoganamento e controllo. Lo ha messo a punto l'Agenzia delle Dogane e trasforma la complessità operativa in opportunità.

di **Teresa Alvaro**

Direttore centrale Tecnologie per l'innovazione dell'Agenzia delle dogane

A.I.D.A. (Automazione Integrata Dogane Accise)¹, il sistema informativo realizzato dall'Agenzia delle dogane, attua la scelta strategica di trasformare la complessità operativa della missione doganale in opportunità: offrire un servizio di sdoganamento in cui è integrata l'attività di controllo, assicurare il dialogo telematico con gli operatori economici per la presentazione e il trattamento dei documenti, trattare in tempo reale la generalità delle operazioni di import/export, di transito e del settore accise.

In sintonia con le linee guida dettate dall'Organizzazione Mondiale delle Dogane, con i piani informatici comunitari e nella cornice delle innovazioni prescritte dal Codice della Pubblica Amministrazione digitale in tema di eGovernment, in AIDA (declinazione italiana di e-customs, la cosiddetta dogana elettronica) ogni intervento di telematizzazione è con-

dotto procedendo a una revisione dei processi e delle procedure amministrative correlati, per individuare forme di semplificazione e di coordina-

Sono inoltre possibili forme di semplificazione e coordinamento operativo con le altre Amministrazioni

mento operativo con le altre Amministrazioni. AIDA è uno dei più avanzati sistemi informativi di ausilio all'attività delle dogane nel panorama internazionale. Dagli esiti di un benchmarking pubblicato nel 2006 dalla Commissione Europea il sistema informativo dell'Agenzia risulta il più completo e avanzato nel quadro di e-customs (Decisione 2008/70/CE del Parlamento e del Consiglio volta ad istituire la "dogana elettronica paneuropea"), come testimoniato dall'interesse ad acquisirne la facoltà di utilizzo manifestato da alcune amministrazioni doganali straniere con cui l'Agenzia delle Dogane collabora nel quadro di progetti di cooperazione

internazionale. Il sistema informativo doganale, operativo da novembre 2003, esamina in tempo reale ogni dichiarazione doganale presentata, anche su carta, per controllarne in via generale (dalla fase di presentazione sino allo svincolo delle merci), l'ammissibilità, ovvero l'avvenuta indicazione e presenza di tutti i documenti e le certificazioni previste a fronte dell'operazione in corso. Tramite l'accesso a basi dati, anche di altre amministrazioni, viene infatti verificata la correttezza delle informazioni contenute nei documenti trattati, fornendo un servizio di sdoganamento in cui sono integrati i controlli tributari ed extratributari.

Superato questo esame pregiudiziale, interviene il cosiddetto circuito doganale di controllo (CDC), che, sulla

Fotolia.com



QUELLA DIREZIONE "AD HOC"

La direzione centrale per le tecnologie, di cui Teresa Alvaro è a capo, definisce le linee evolutive dei sistemi ICT anche in relazione agli obiettivi strategici dell'Agencia. Orienta e coordina lo sviluppo e la realizzazione del sistema informativo in rapporto alle competenze istituzionali dell'Agencia e ai servizi resi agli utenti esterni, nonché agli ulteriori servizi interni di supporto. Indirizza e coordina uffici, direzioni centrali, regionali e provinciali nelle materie di competenza. La segreteria della direzione cura per la stessa le attività di pianificazione, programmazione e controllo di gestione, assegnazione degli obiettivi ai dirigenti degli uffici della Direzione, nonché la rilevazione delle esigenze di formazione e informatizzazione.

base di un'accurata analisi dei rischi, prende in considerazione gli elementi oggettivi (a esempio origine, provenienza, qualità della merce) e quelli soggettivi (a esempio natura dell'operatore, eventuali precedenti, ecc.) desumibili dalla dichiarazione doganale e associa tali informazioni ai profili di rischio esistenti a sistema. Le quattro tipologie di controllo previste dal circuito sono: il cosiddetto "canale verde", nel caso in cui la merce possa essere svincolata senza ulteriori controlli; il "canale giallo", che evidenzia la necessità di un controllo documentale; il "canale arancione", che comporta il controllo scanner; il "canale rosso", che indica la necessità del controllo fisico della spedizione.

I profili di rischio sono costantemente

aggiornati in base a una costante attività di intelligence che raccoglie, collega e valuta informazioni provenienti dall'analisi dei flussi e da numerose banche dati nazionali e comunitarie. Per le imprese è possibile ottenere la certificazione del grado di affidabilità attraverso un processo di audit (modello AEO² - authorized economic operator) a cui è collegato un livello

Il sistema, operativo dal 2003, gestisce ogni anno più di 11 milioni di dichiarazioni, con soluzioni tra le più avanzate

di controllo personalizzato.

Il sistema AIDA gestisce in tempo reale, ogni anno, più di 11 milioni di dichiarazioni doganali di importazione, esportazione e transito: solo il 4% delle dichiarazioni è presentato su carta. Anche il settore delle accise è stato di recente interessato dal processo di telematizzazione, grazie al quale si è provveduto a razionalizzare i flussi informativi tra Agencia e utenza e verso le altre amministrazioni centrali e locali.

A seguito di tali interventi si apprezza una sostanziale riduzione degli oneri amministrativi a carico degli operatori che ripaga gli sforzi organizzativi richiesti: eliminazione del front-office (non è più necessario consegnare i dati delle contabilità agli uffici delle dogane), eliminazione degli errori formali di compilazione (il sistema comunica agli utenti gli errori rilevati e registra soltanto le dichiarazioni che risultano formalmente corrette), favorendo la compliance e riducendo il contenzioso.

La qualità e la tempestività dei dati trasmessi facilitano le procedure di controllo rendendole più mirate e uniformi. La telematizzazione, così come impostata, favorisce altresì il processo di innovazione aziendale a tutto beneficio di una complessiva riduzione



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



ne del digital divide nazionale. Alle aziende non è richiesto di dotarsi di procedure dedicate alla trasmissione telematica, ma di riorganizzare il processo di gestione interno in quanto i dati richiesti sono desumibili dai documenti che accompagnano le merci e dai dati di magazzino.

Per garantire la massima "fruibilità" di ogni innovazione, in corrispondenza dello sviluppo di ogni nuova applicazione, il sistema AIDA mette a disposizione, sempre in

**Sono garantite
assistenza online
e formazione;
prevista pure
l'integrazione di
una piattaforma
di e-learning**

modalità telematica, l'informazione (assistenza on line) e la formazione: nel sistema sono integrate una piattaforma di e-learning³ e una knowledge-base (KB) a disposizione degli utenti interni ed esterni. Il feed-back fornito dagli utenti che interagiscono con il sistema o che si rivolgono al contact centre è costantemente analizzato con strumenti

automatizzati per diagnosticare le inefficienze e stabilire se sono attribuibili a carenze delle applicazioni o della fruibilità delle istruzioni correlate, in modo da misurare e garantire la qualità dei servizi erogati. ■

(1) <http://www.agenziadogane.it/wps/wcm/connect/ed/Servizi/AIDA/>

(2) <http://www.agenziadogane.it/wps/wcm/connect/ed/Agenzia/Operatore+Economico+Autorizzato+AEO/>

(3) <http://www.agenziadogane.it/wps/wcm/connect/ed/Servizi/Servizio+Telematico+Dogonale+-+E.D.I./Formazione+a+distanza/>

Tecnica

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

Flessibilità

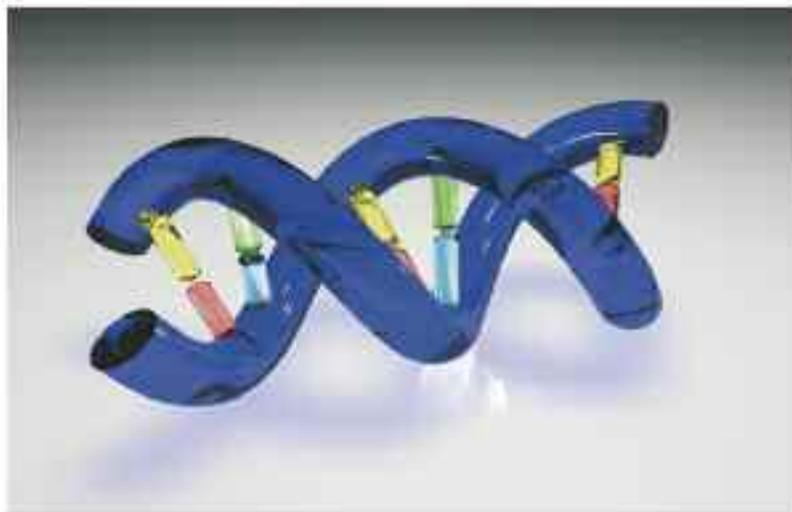
Il forte orientamento al Cliente assicura il continuo miglioramento dei processi e delle performances.

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

E' GIUNTA L'ORA DI RIMETTERVI MANO

In un affollato meeting romano politici, consulenti, esperti e operatori del settore si sono confrontati sulle priorità da perseguire.

di Tiziano Marelli



BARTOLOMEO GIACHINO

Si possono definire tutte di elevato livello le presenze che si sono registrate al convegno "Linee Guida del Piano nazionale della logistica", incontro in calendario a Roma, all'Auditorium Cisl. Tanto che la sensazione è stata quella di assistere a una vera e propria riunione degli "Stati Generali logistici" italiani, non solo a qualcosa che nelle intenzioni poteva anche apparire come un appuntamento classicamente e periodicamente di routine, ma piuttosto una sorta di rendez-vous generale che si era fatto attendere per troppo tempo, tanto da arrivare finalmente al punto di svolgersi con soddisfazione e buona pace di tutti i suoi possibili interpreti. Il ritardo di un convivio, che non poteva più eludersi, si può immaginare politico ma anche

strutturale, sicuramente anche conseguente di una crisi generale certo non solo dovuta ai soli ambiti di settore. Per essere costruttivo e non (solo) rivendicativo, il convegno di Roma è voluto andare oltre ogni quesito - capzioso, sacrosanto o strumentale che potesse essere - per arrivare al nocciolo della questione: la situazione è seria, affrontiamola tutti insieme, con cognizione di causa e voglia di andare avanti.

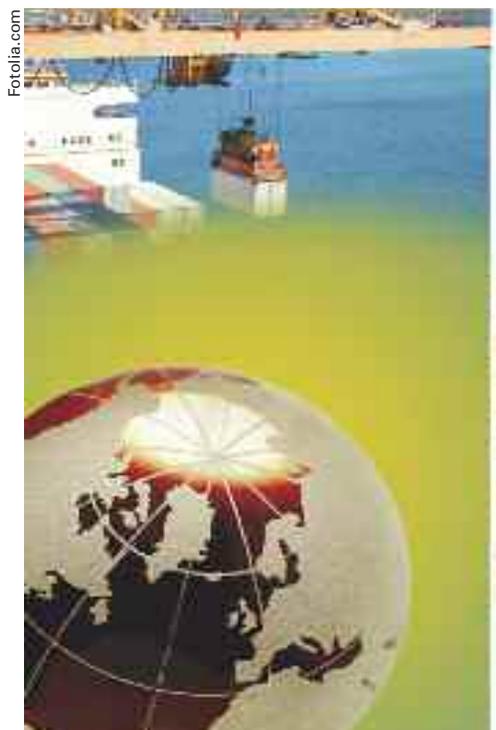
Prova tangibile di una volontà positiva e fattiva è stata data dal tono generale della discussione mantenuto per tutta la giornata d'incontro: interventi che hanno voluto soprattutto focalizzare l'attenzione sull'iniziativa del ministro dei Trasporti e delle Infrastrutture, Al-

Il comparto deve essere punto di forza per la ripresa dell'economia italiana: parola di sottosegretario

terro Matteoli, che ha dato recentemente incarico alla Consulta del suo dicastero di predisporre un nuovo Piano nazionale della logistica, vero e proprio 'vademecum operativo prossimo venturo' che si pone un duplice scopo: rendere la logistica italiana sempre più competitiva, con l'obiettivo conseguente di poter sfruttare il settore nel migliore dei modi e contribuire in maniera fattiva a far uscire il nostro Paese da una crisi che obbliga a una concor-

renza sempre più attenta e puntuale. Proprio in occasione dell'incontro di Roma e come diretta conseguenza del piano paventato dal ministro è stato formato un comitato scientifico, che ha deciso di riunirsi all'Auditorium per discutere sulle linee guida da adottare, presenti proprio i membri della neonata Consulta, gli esponenti degli enti locali e tutti gli attori protagonisti del mondo della logistica.

Nell'ampio ed esaustivo discorso d'apertura il sottosegretario ai Trasporti Bartolomeo Giachino - nominato da Matteoli al vertice della Consulta - ha affermato che *"la logistica nazionale deve rappresentare un punto di forza per il ri-*



lancio economico italiano”, aggiungendo anche come proprio il nostro Paese sia stato uno dei pochi europei a resistere più decisamente alla crisi evitando il collasso, sottolineando poi come adesso *“sia giunto il momento di lavorare sodo per il rilancio”*.

Il Piano nazionale - ha meglio specificato Giachino - si deve confrontare con un dato di partenza: l'Italia si presenta attualmente al mercato di riferimento in questione forte (meglio dire debole) di un gap negativo pari a circa 40 miliardi di euro. *“Quindi il settore - ha affermato senza giri di parole il sottosegretario - deve recuperare anno per anno, punto logistico per punto logistico, 4 miliardi di euro ogni 12 mesi”*, e a questo si deve aggiungere che *“per effetto degli interventi nei porti, negli interporti e nei retroporti si potranno recuperare altri 3 miliardi di euro l'anno di maggiori traffici commerciali”*, un impegno complessivo tutt'altro che semplice.

Alla base dei lavori sono stati posti i contributi degli esperti del comitato

scientifico incaricati della redazione del Piano, professionisti che hanno voluto tracciare le criticità di sistema che paralizzano il nostro Paese. Sul piano economico, come appunto detto da Giachino, maggiori costi di trasporto e logistica sfiorano i 40 miliardi di euro all'anno, mentre su quello sociale si scontano gli effetti negativi sulla mobilità dovuti a congestione, inquinamento atmosferico e insicurezza. Altro punto focalizzato è stato quello del fatturato di settore, misurato nell'ordine di 188 miliardi di euro, di cui quasi 100 (per la precisione 98) sono relativi ai trasporti e i restanti invece appannaggio della logistica, con quota ancora rilevante di autotrasporto in conto proprio. L'assetto da modificare, secondo quanto ancora messo in luce da Giachino nel suo intervento, è quello del superamento della “monomodalità”

L'aspetto da superare è quello della “monomodalità” stradale che imperversa nel nostro Paese

stradale (che rappresenta ormai quasi il 90% del totale) con il passaggio graduale a una situazione di “co-modalità”, ponendo di conseguenza le basi di una politica industriale di settore autenticamente in grado di rafforzare la competitività delle imprese (soprattutto sul versante internazionale) che richiede una condivisione di scelte e di obiettivi da ricercare fra tutti gli attori del sistema economico internazionale e le istituzioni ai vari livelli di rappresentanza territoriale. In questo contesto, ha voluto ancor meglio sottolineare Giachino, *“è auspicabile la funzionalità di una rete portante di scala nazionale e di segno euro-mediterraneo, un lavoro che si deve intendere congiunto tra*

Consulta generale dell'autotrasporto, logistica e dipartimento del territorio del ministero delle infrastrutture: se funzionasse si tratterebbe della prima vera sinergia per cogliere gli obiettivi indicati”.

Nel corso della giornata sono stati molti i contributi al dibattito che si sono rivelati di particolare interesse; fra gli altri - oltre agli interventi di sindacalisti e di amministratori pubblici, locali e nazionali - quello del presidente della Commissione trasporti della Camera Mario Valducci, dell'amministratore delegato delle Fs Mauro Moretti, dell'ex ministro Paolo Costa, del presidente di Assopporti Francesco Nerli, del presidente dell'autorità portuale di Genova Luigi Merlo, del presidente di Confetra (e amministratore delegato di DHL) Fausto Forti. Forse si è trattato solo di un primo e piccolo passo, quello compiuto a Roma, ma sarebbe di capitale importanza se a mettersi poi in moto sarà un modo nuovo di intendere la logistica nel suo complesso. Sarebbe, per davvero, finalmente l'ora. ■



TARIFFE “MINIME”, ECCOLE DI NUOVO!

La recente nuova normativa del settore rischia di portare il nostro Paese fuori dal mercato e dalla competitività con gli altri Stati europei.

di **Aldo Rosada**

Con la reintroduzione delle tariffe minime obbligatorie da applicare anche ai contratti di trasporto in forma scritta si è elaborata un'altra brutta pagina sull'autotrasporto italiano. La norma è contenuta nella Legge 4.8.10, n. 127 pubblicata nella Gazzetta Ufficiale 186 del 11.8.10: *“Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 6 luglio 2010, n. 103, recante disposizioni urgenti per assicurare la regolarità del servizio pubblico di trasporto marittimo ed il sostegno della produttività nel settore dei trasporti”*.

Il tutto ha inizio con il protocollo d'intesa del 1° dicembre 2009, sottoscritto dal Governo con le associazioni dell'autotrasporto. Tale protocollo prevedeva la costituzione di un tavolo di confronto a tre: il Governo, l'autotrasporto e la partecipazione della committenza rappresentata da Assologistica, Confcommercio, Confetra e Confindustria. Il tavolo di confronto aveva il compito di ricercare soluzioni alle richieste avanzate dalle associazioni dell'autotrasporto. Tale tavolo è stato insediato il 17 dicembre 2009 e, dopo quindici incontri, ha concluso i lavori il 17 giugno 2010, senza aver ottenuto la condivisione della committenza, in quanto il Governo, al fine di evitare un minacciato fermo dell'autotrasporto, ha ceduto a tutte le richieste avanzate dalle associazioni dell'autotrasporto e tra queste in modo particolare alla reintroduzione delle ta-

riffe minime obbligatorie. Nel corso dei lavori Assologistica - come tutte le altre confederazioni della committenza - aveva dato il proprio contributo e la propria disponibilità per il raggiungimento di un accordo a tutela della sicurezza della circolazione stradale; nell'interesse delle proprie aziende associate e nell'interesse del consumatore finale non è stato però possibile accettare una tariffazione obbligatoria, tra l'altro, non necessaria per la sicurezza della circolazione stradale, mentre comporterà sicuramente pericolose distorsioni al mercato sia produttivo sia logistico.

Ho partecipato attivamente ai lavori del tavolo di confronto e attendo da tempo un attento intervento istituzio-

nale, al fine di tutelare gli interessi di tutte le parti sociali (nessuna esclusa). Inoltre ho avuto l'impressione che da parte delle associazioni dell'autotrasporto, la committenza viene considerata come “un avversario da combattere”, se non addirittura “un nemico da sconfiggere”, anziché un serio e corretto partner nell'attività di autotrasporto. Le stesse associazioni dell'autotrasporto dimenticano che per migliorare e/o risanare l'attuale situazione deficitaria in cui versa il loro comparto, c'è il bisogno 1) di regolamentare al minimo l'attività di autotrasporto, senza dover introdurre nuove leggi con tariffe minime obbligatorie; 2) di combattere con i controlli l'abusivismo e l'illegalità; 3) di eliminare la concorrenza sleale che rista- >



IL CONTENUTO DELLA NUOVA NORMATIVA IN SINTESI

La nuova normativa, con alcune difficoltà interpretative, prevede modifiche all'art. 83-bis della Legge n. 133/2008 e successive modificazioni e al Decreto legislativo n. 286/2005 e successive modificazioni, il cui contenuto indichiamo di seguito:

Costi minimi: entro il 12.05.2011 dovranno essere stabiliti in sede di accordi volontari di settore. Nel caso di mancato accordo, verranno determinati in un ulteriore periodo di 30 giorni dall'Osservatorio sulle attività di autotrasporto. Qualora anche quest'ultima ipotesi non si verificasse, i contratti scritti verranno equiparati a quelli verbali con l'applicazione delle disposizioni contenute nei commi 6 e 7 dell'art. 83-bis della legge 133/2008. Sono esclusi dalla normativa i trasporti con automezzi con una percorrenza giornaliera fino a 100 chilometri, che mantengono l'autonomia negoziale. Anche quest'ultima norma può essere stabilita diversamente in sede di accordi volontari di settore.

Regolarità contributiva: in sede di conclusione del contratto scritto, il vettore, per dimostrare la regolarità contributiva, assicurativa e previdenziale, è tenuto a fornire al committente un'attestazione (DURC), con data non anteriore ai tre mesi.

Tempi di pagamento: il pagamento dei trasporti dovrà essere effettuato entro i 60 giorni dalla data di emissione della fattura. Se il pagamento verrà effettuato tra i 60 e i 90 giorni, il debitore dovrà riconoscere al creditore gli interessi moratori previsti dall'art. 5 del decreto legislativo n. 231/2002. Mentre se il pagamento verrà effettuato dopo i 90 giorni, il debitore committente oltre agli interessi moratori verrà sottoposto a sanzioni previste dalla legge. Qui una difficoltà interpretativa è determinata dal fatto che al comma 13 viene indicato che verrà sanzionato il committente debitore, mentre, al comma 13-bis viene indicato che verranno sanzionati tutti gli operatori della filiera, diversi dai vettori.

Tempi di carico e scarico: i termini di attesa (franchigia) degli automezzi sono stabiliti nelle due ore al carico e nelle due ore allo scarico, salvo diversa pattuizione scritta definita in sede di accordi volontari di settore. Eventuali soste sono a carico del committente che potrà esercitare il diritto di rivalsa nei confronti dell'effettivo responsabile.



La norma entrerà in vigore successivamente con l'emanazione di un Decreto dirigenziale del ministero che determinerà le modalità di calcolo di franchigia e soste. I termini di franchigia per le operazioni di carico e scarico nelle strutture della grande distribuzione e nelle aree urbane dovranno essere definiti attraverso gli accordi volontari di settore. I termini di franchigia non si applicano nelle attività di autotrasporto con la movimentazione delle merci presso porti, aeroporti e terminal ferroviari che verranno regolamentati da specifici accordi di programma, promossi dal ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti con amministrazioni ed enti competenti.

Corresponsabilità vettore-committente: nei contratti verbali il committente deve sempre consegnare al vettore le istruzioni per l'esecuzione del servizio di trasporto. In mancanza di istruzioni scritte e quando il vettore non osserva correttamente le ore di guida e di riposo e i limiti di velocità, al committente verranno applicate le stesse sanzioni comminate al vettore. Nei contratti scritti il committente, che non consegna copia del contratto a bordo dell'automezzo, in sostituzione deve rilasciare e consegnare una dichiarazione sottoscritta anche dal vettore che attesti l'esistenza del contratto.

Sub-vezione e azione diretta: premesso che la norma entrerà in vigore dopo il 12 agosto 2011, l'ultimo sub-vettore che effettua materialmente il trasporto, in caso di mancato pagamento a suo favore del corrispettivo del trasporto, potrà avvalersi dell'azione diretta nei confronti di tutti coloro che hanno ordinato il trasporto, ivi compreso il committente e/o mittente, salvo diversa pattuizione stabilita con gli accordi di settore.

Gestione pallet: la nuova normativa esenta il vettore dall'obbligo di gestione dei pallet. Per eventuali accordi tra il committente e il destinatario, il vettore, pur non essendo responsabile, ha diritto a un compenso. Per l'esercizio dell'attività commerciale di pallet usati è necessario il rilascio di una licenza della Questura. Il titolare della licenza dovrà ogni giorno annotare su un apposito registro i movimenti dei pallet. Nel caso di richiesta di una prestazione accessoria al trasporto, non si capisce perché, a fronte di un compenso, il vettore non è responsabile dei risultati della prestazione richiesta.

 **sogema**
D Logistics Group



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

gna all'interno dell'autotrasporto stesso. Viene spontanea una domanda: come si può parlare di costi minimi per la sicurezza della circolazione stradale anziché di tariffe minime obbligatorie? Basti pensare che si demanda la determinazione dei costi minimi a ogni singolo accordo volontario di settore (contenitori, petroliferi, chimici, ecc.); si produrranno tanti listini, uno diverso dall'altro. Inoltre basti pensare che, attraverso l'istituto degli accordi volontari di settore, i contratti di trasporto scritti aventi durata o quantità garantite possono derogare ai costi minimi: *allora se è possibile la deroga non possono essere considerati costi minimi per la sicurezza della circolazione stradale, bensì tariffe minime.*

Durante l'iter legislativo della nuova normativa sia il Governo che il Parlamento non hanno tenuto nella debita considerazione il contenuto di importanti documenti, quali:

■ il regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio datato 16 dicembre 2002 concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82, nonché il trattato CE dell'Unione Europea, che disciplinano le regole per un libero mercato e le regole per quelle intese, tra associazioni d'impresa, destinate a imporre restrizioni sulla libera concorrenza e sugli abusi di posizione dominante.

■ La segnalazione/parere datata 16 luglio 2010 da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato con la quale, nella sostanza, si è fatto presente che i costi minimi di esercizio nell'autotrasporto si traducono in tariffe minime, le quali - anziché garantire il soddisfacimento di standard qualitativi e di sicurezza del servizio - assicurano condizioni di redditività anche a coloro che offrono un servizio inefficiente e di bassa qualità. Analogo parere era stato espresso nella segnalazione dell'11 giugno 2008 (AS453) dal titolo "Considerazioni e proposte per una regolazione pro-concorrenziale dei mercati a sostegno della crescita economica" (Boll. 17/08). Inoltre la perplessità dell'Autorità Garante è determinata dal fatto che laddove gli accordi volontari di settore non fossero perfezionati entro nove mesi, i costi minimi di esercizio sarebbero comunque determinati dal legislatore.

Come si può dedurre anche dal riquadro di pag. 15, con l'emanazione della nuova normativa sull'autotrasporto, il Governo ha dato grande enfasi agli accordi volontari di settore. Pertanto è auspicabile che tali accordi possano essere concordati al più presto o quanto meno entro i prossimi nove mesi dalla data di entrata in vigore della legge. Si ritiene che con gli accordi potrebbero essere definite quelle soluzioni per ricercare, nel limite del possibile, una conciliazione professionale tra committenza e autotrasporto. Diversamente ancora una volta il nostro Paese avrà perso un'occasione per uno sviluppo economico che - vista l'attuale difficile congiuntura - sarebbe non solo necessario, ma anche indispensabile. ■



Assologistica



Cultura e Formazione
Assologistica

organizzano:

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

L'evento si terrà
il 12 novembre 2010
presso la sala Info Center
dell'aeroporto di Malpensa
e sarà preceduto
dal convegno dibattito
*"Competitività di sistema
del cargo aereo italiano"*

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)

Info: 02 6691567 oppure 331 674 6826

UN NUOVO FORMAT ENTRA NEI DISCOUNT

Il gruppo Lillo, già proprietario degli MD Discount, propone ora gli MD Superstore. Investiti oltre 40 milioni di euro per 60 nuovi punti vendita.

di **Ornella Giola**

Si chiama MD Superstore ed è il nuovo nato in casa del gruppo Lillo SpA, uno dei principali player della Grande Distribuzione per il centro-sud Italia, dove è specializzato nel segmento discount con punti vendita a marchio MD Discount (si veda più sotto). Più di 40 i milioni di euro destinati all'iniziativa, che prevede l'apertura di 60 inediti punti vendita distribuiti su tutto il territorio nazionale. Il nuovo format avrà dimensioni medie intorno ai 1.500 mq di superficie; la sua peculiarità sta nel fatto che presenterà accanto a un assortimento di 1500 referenze food, che derivano dal format "MD Discount", anche circa un migliaio di referenze di grandi marche per i reparti fresco, macelleria, gastronomia e peschiera. I punti vendita punteranno quindi su partner selezionati per quel che concerne appunto prodotti a peso variabile, pane, carne e pesce.

Gli MD Superstore sono stati presentati a Caserta in un meeting nel quale era presente anche il cavalier Patrizio Podini, proprietario del gruppo Lillo, personaggio che ha scritto una pagina della grande distribuzione nazionale, discendente da una famiglia di commercianti nel ramo alimentare; il suo nome è legato anche alla nascita — nel 1988 —

dei marchi A&O, Famila e Despar. *"Nonostante le buone performance dei nostri discount - ha spiegato Podini - esiste una*

Hanno dimensioni medie di 1500 mq; propongono pure grandi marche per i reparti fresco, gastronomia, carni e peschiera

domanda che gli MD Discount non riescono a soddisfare". MD Superstore risponde quindi a nuovi modelli di consumo, presentando prodotti che - accanto alle marche

tradizionali MD - vedranno anche la presenza di marche leader.

Con il suo marchio tradizionale MD Discount il gruppo Lillo può

contare su oltre 300 punti vendita diretti e affiliati nelle regioni dell'Italia centro-meridionale, isole incluse. MD ha il suo centro distributivo a Gricignano di Aversa (in provincia di Caserta); la piattaforma occupa una superficie di 60 mila mq coperti ed è dotata di moderne tecnologie informatiche. L'assortimento di MD prevede oltre 1500 referenze, in gran parte composte da prodotti a marchio privato, cui si affiancano articoli no food di sicuro interesse sotto il profilo dei prezzi. La forte crescita registrata in Sicilia (con l'apertura di 50 punti vendita in soli due anni) ha comportato la recente realizzazione di un nuovo centro distributivo di 20 mila mq nell'isola, in provincia di Enna, a Dittaino. ■





FIEGE LOGISTICS. DIVISIONE FARMA – HEALTHCARE .
CON LA CONOSCENZA SI FANNO LE COSE CON LE COMPETENZE SI FA LA DIFFERENZA .

La nostra presenza decennale, in un settore dove le conoscenze tecniche e normative sono un requisito indispensabile, ci ha portato a maturare competenze, che ogni giorno mettiamo a disposizione dell'Industria Farmaceutica e dell'Healthcare.

La nostra cultura internazionale e la nostra attitudine alla creazione di rapporti di lungo periodo, ci hanno consentito di sviluppare, insieme ai nostri Clienti, soluzioni „Tailor Made“ non solo nell'ambito della logistica tradizionale ma anche nei servizi a valore aggiunto, come il confezionamento secondario,



FIEGE

The World of Logistics

COME "NAVIGARE" NELLA VARIETÀ?

La risposta al quesito la forniscono i cosiddetti "configuratori di prodotto". Cosa sono, dove e in quale modo apportano benefici?

di **Roberto Crippa e Livia Larghi**

Come già sottolineato in un recente articolo pubblicato su *EuroMerci*⁽¹⁾, uno degli elementi-chiave della *value proposition* di molte imprese che competono sulla differenziazione è la capacità di offrire varietà con tempi di risposta e costi compatibili con la profittabilità delle *operations*. Questa capacità è correlata con la struttura di prodotto, il processo produttivo e la *supply chain* nella quale le attività di trasformazione e distribuzione si materializzano⁽²⁾. Il problema è riuscire a coniugare la massima efficienza produttiva con le esigenze di personalizzazione sulla base di specifiche richieste dai clienti: è la sfida proposta dai contesti conosciuti in letteratura come *mass customization*.

Due aspetti sono fondamentali: il modo con cui la varietà viene generata e presentata al mercato in termini di scelte e opzioni possibili; il modo con cui la scelta di varietà, una volta definita, viene materialmente realizzata e gestita nel processo di trasformazione. Elemento comune a questi aspetti è un tipico problema di "ricerca & sviluppo", che si estrinseca nella concezione di un'adeguata struttura di prodotto modulare che consenta di realizzare molteplici varianti partendo da piattaforme di prodotto e/o semilavorati comuni. Non

ci soffermeremo sul secondo aspetto (che attiene a tecniche di gestione operativa e organizzazione della produzione), il quale è intimamente correlato con le tematiche di differenziazione ritardata, altrimenti nota come *postponement*⁽³⁾, mentre

Esistono vari tipi di tali supporti, con dimensioni e prezzi differenti, anche se posseggono tratti che li accomunano

Come in precedenza accennato, tutto prende le mosse da un tipico problema di marketing: "*quali scelte si desiderano lasciare aperte al cliente e come egli può navigare fra esse per formulare una scelta finale coerente (ossia effettivamente producibile e rispondente alle funzionalità desiderate)?*" A volte la navigazione nella varietà offerta è molto semplice: le opzioni di scelta non sono numerosissime ed è relativamente facile identificare, selezionando da un catalogo, cosa si desidera. Ma quando le opzioni di scelta si moltiplicano e sono fra loro interdipendenti, le cose possono complicarsi a dismisura, fino al punto da richiedere specifiche conoscenze tecniche che possono essere al di fuori della portata

del cliente, che finisce per essere disorientato dalla proliferazione delle possibili *configurazioni* ottenibili. Un tipico esempio di questa situazione (ma se ne possono trovare altri, navigando nel web) è visionabile sul sito www.wunschrad.de (si veda immagine di pag. 23). In questo sito il cliente può comporre la "bicicletta dei suoi sogni" (da corsa o *mountain bike*) scegliendo fra diversi tipi di forcelle, ammortizzatori, impianti frenanti, ecc. A volte la scelta di un'opzione vincola il ventaglio di scelte su un'altra, e così via. Al fine di guidare correttamente l'albero delle scelte si rende necessario fornire un supporto alla navigazione nella varietà, che prende il nome di *configuratore di prodotto*.

Dire: "un configuratore di prodotto" è come dire: "un'automobile". Ce ne sono di molti tipi, con caratteristiche di fondo assai diverse, con differenze di prezzo enormi: dalla taglia "*small*" alla "*extra large*". In estrema sintesi e semplicità, possiamo tuttavia identificare alcuni macro-elementi caratterizzanti, come esemplificato dalle metafore di figura 1:

■ **Interfaccia di navigazione:** è la "buccia" del configuratore, l'elemento che appare al cliente e lo guida nel ventaglio delle scelte. Sebbene sia la componente più visibile, non è quella determinante: riprendendo il paragone dell'automobile, è la carrozzeria. Deve essere quanto intuitiva e rapida nella navigazione.

ANATOMIA (SEMPLIFICATA) DI UN CONFIGURATORE DI PRODOTTO



Figura 1

■ **Regole di configurazione:** rappresentano l'intelligenza intrinseca inserita nel configuratore e sono la componente che richiede massima attenzione nella strutturazione e nella manutenzione. Forniscono le indicazioni su "cosa è ammesso e cosa no" e costituiscono l'elemento più prezioso in termini di competenze e know-how di prodotto. La definizione delle regole di configurazione *deve* essere fatta di concerto tra "ricerca & sviluppo" e marketing, in quanto una eccessiva complessità si tradurrebbe in un processo di scelta che potrebbe apparire, a livello di interfaccia di navigazione, troppo complesso per il cliente.

■ **Motore di configurazione:** sono i meccanismi attraverso i quali si applicano le regole di configurazione per generare le istruzioni operative (distinte-basi, cicli) di produzione e gli elementi di costo di prodotto. Rappresenta l'anello di con-

giunzione coi sistemi operativi e con gli applicativi di gestione dei *master data* di prodotto/processo (sistemi di *product lifecycle management*). Concludendo la metafora, i sistemi di *product lifecycle management* sono il carburante che il configuratore di prodotto utilizza per

generare gli output di cui sopra.

Come in molte scelte correlate al *supply chain management*, anche per i configuratori di prodotto non esiste una "taglia unica" che possa soddisfare tutte le esigenze. In particolare, la capacità di gestione delle regole di configurazione e >



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 trasloelevatori > Magazzini automatici miniload per piching
> Magazzini verticali > Sistemi di handling > Veicoli a guida automatica > Autosat > Robotica > Revamping

AUTOMHA srl Via Emilia 6 40138 Azzola (BO) - ITALIA Tel. +39 052 460401 Fax +39 052 460400 www.automha.it
AUTOMHA Australia Pty Ltd 101/101/101, Westborough Rd, WARRAWEE NSW 2324 Australia Tel. +61 61 709 1000 Fax +61 61 709 1001 www.automha.com.au

AUTOMHA
automatic material handling



il motore di configurazione determinano soluzioni assai variabili in termini di costi di implementazione e manutenzione. E' dunque opportuno valutare alcuni aspetti fondamentali:

■ **L'effettiva necessità (e complessità) della navigazione nella varietà offerta.**

La numerosità delle varianti offerte (finiture, materiali, prestazioni e funzionalità) e la complessità delle configurazioni ottenibili sono elementi determinanti ai fini della scelta delle opportune soluzioni di configurazione. Non solo, rappresentano una ben precisa scelta di marketing e di relazione col cliente.

■ **La modularità nella struttura di prodotto.** Quanto più la concezione di prodotto è modulare (quanto più il prodotto è componibile come i mattoncini di un famoso gioco per bambini), quanto più sarà possibile gestire regole di configurazione (relativamente) semplici a parità di opzioni offerte, contenendo parecchio i costi di implementazione e manutenzione del configuratore.

■ **Il grado di maturità dei sistemi di product lifecycle management.** Al di là degli aspetti tipicamente commerciali di supporto alla navigazione della varietà, un configuratore di prodotto apporta appieno i propri vantaggi nella gestione delle *operations* quando, attraverso il motore di configurazione, è in grado di connotare e trasmettere ai sistemi di pianificazione e schedulazione delle istruzioni (cicli di lavorazione e distinte-basi) complete e immediatamente frui-

bili. Ciò dipende in massima parte dalla presenza di adeguati sistemi di *master data management* in grado di gestire componenti e sub-assiemi alternativi.

■ **L'integrazione coi sistemi di gestione commerciale e di reporting.**

Per sua natura un configuratore di prodotto deve potersi integrare coi sistemi di previsione della domanda attraverso la gestione di fabbisogni per famiglie di prodotto (intendendo con tale termine tutte le possibili configurazioni ricavabili da un generico prodotto-base) e con i sistemi di gestione ordini-cliente, di programmazione della produzione, della qualità e di logistica fisica e distributiva. Non si deve dimenticare la necessità di tenere traccia e gestire le specifiche configurazioni richieste, ai fini del calcolo dei costi/prezzi di vendita, della messa in produzione/consegna e dell'eventuale servizio post-vendita (malfunzionamenti, parti di ricambio, nuovi ordini, ecc.).

■ **La compatibilità con le opportune tecniche di postponement.**

Per sua definizione, il *postponement* prevede l'attivazione di determinate attività di trasformazione nel momento in cui viene ricevuto un segnale di domanda (fabbisogno o ordine-cliente). Un prodotto configurato ricade appieno in questa

casistica, in quanto è figlio di uno specifico ordine e non è costruibile "a priori". Se è vero che il *postponement* è perfettamente applicabile anche a casi che non richiedono una configurazione, è peraltro vero che prodotti configurati richiedono una gestibilità con tecniche di *postponement*. E' questa la chiave per poter fruire al contempo dei vantaggi di scelta e di economicità di gestione sottesi alla *mass customization*.

Se correttamente implementati, i configuratori di prodotto consentono considerevoli vantaggi di *business*, ovvero miglior rappresentazione della varietà e più efficace navigazione in essa; eliminazione degli errori di inserimento ordini derivanti da non corrette scelte di configurazione; drastica riduzione della "manualità gestionale" in tutte le fasi operative; miglior livello di servizio; miglior controllo dei costi di prodotto e del servizio post-vendita. E' però necessario avere a priori le idee ben chiare su quali siano gli effettivi "bisogni di configurazione" e sull'esistenza dei pre-requisiti necessari, al fine di procedere a una loro scelta oculata e alla definizione dei corretti passi implementativi. Il rischio sarebbe altrimenti quello di ■

(1) cfr. Crippa R, Larghi L, Ruolo Chiave per la "Value Proposition", *EuroMerci* nr. 5, Maggio 2010

(2) cfr. anche: Crippa R, Larghi L, Differenziarsi sì, ma con fantasia, *EuroMerci* nr. 12, Dicembre 2007; Crippa R, Larghi L, Comprendere l'innovazione, progettare le Operations, *Quaderni di Management* Nr. 38, Marzo-Aprile 2009

(3) cfr. anche: 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; Wicker A, Postponement, nell'auto va così, *EuroMerci* nr. 4, Aprile 2010



La vostra supply chain non
ha mai avuto tanto valore.

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

GEFCO
LOGISTICS FOR MANUFACTURERS



"ICT AS A SERVICE" LE PMI ANCORA LENTE AL DECOLLO

Sono tre i nodi che frenano una diffusione più ampia di tali applicazioni nel nostro Paese: uno si situa a livello dell'offerta, uno riguarda la domanda e un terzo è invece di tipo più infrastrutturale.

di **Raffaello Balocco** e **Giuliano Faini**

Osservatorio ICT & PMI School of Management Politecnico di Milano

Il nuovo paradigma di utilizzo delle applicazioni e dell'infrastruttura IT in modalità "as a Service" può rappresentare una concreta opportunità per le PMI italiane (e non "l'ennesima moda"), a patto che venga compreso effettivamente e valutato in termini di reali benefici di business che può portare. Proprio per questo, la ricerca 2010 dell'Osservatorio ICT & PMI (scaricabile da sito www.osservatori.net, nella sezione ICT & PMI) ha analizzato, attraverso una survey statisticamente significativa, lo stato di utilizzo e l'intenzione di adozione futura di soluzioni ICT in modalità "as a Service", cercando di mettere in evidenza i principali benefici e le criticità di adozione. A fronte di indubbe potenzialità, il mercato delle soluzioni ICT as a Service per le PMI si trova, ad oggi, ancora in una fase embrionale. I dati di adozione e le intenzioni di adozione futura parlano chiaro: le soluzioni "as a Service" necessitano di tempi fisiologici per essere conosciute e diffondersi.

Innanzitutto l'offerta di tali soluzioni risulta essere poco matura e affidata a fornitori non sempre affidabili

D'altro canto, appare evidente come, soprattutto per alcune tipologie di soluzioni, il potenziale di adozione sia particolarmente elevato: pacchetti gestionali semplici rivolti a piccole imprese, applicazioni di CRM, soluzioni di Unified Communication e, più in generale, tutte quelle applicazioni che non richiedono interventi di personalizzazione e integrazione importanti, sono facilmente utilizzabili dalle PMI in modalità "as a Service". Anche i benefici ottenibili dall'utilizzo di tali soluzioni appaiono rilevanti: riduzione degli investimenti iniziali infrastrutturali e applicativi, riduzione dei costi di gestione e manutenzione, elevata flessibilità, ecc.

Se questo è vero, perché tali soluzioni sono ancora così poco diffuse presso le PMI italiane? Sono tre, a nostro avviso, i "gap" che possono frenare, a

diversi livelli, una diffusione più ampia di tali applicazioni presso le PMI del nostro Paese: un gap a livello di offerta, un gap a livello di domanda e un gap infrastrutturale. Il primo fattore che può influenzare pesantemente l'adozione di soluzioni "as a Service" è rappresentato dalla qualità dell'offerta di tali soluzioni, sia a livello di *maturità dell'offerta* sia a li-

Fotolia.com



LE BARRIERE SEGNALATE DALLE IMPRESE CHE VOGLIONO ADOTTARE L'AS A SERVICE



Fonte: Osservatorio ICT & PMI School of Management Politecnico di Milano - www.osservatori.net

vello di *affidabilità dei fornitori*. Dall'analisi emerge chiaramente come l'offerta in "as a Service" di alcune aree applicative siano ancora in una fase embrionale e sperimentale. Anche guardando alle applicazioni più "mature", emerge come alcuni fornitori abbiano semplicemente affiancato le soluzioni "as a Service" ad analoghe soluzioni già proposte in modalità tradizionale, senza un reale commitment e una reale convinzione nel proporre tale modalità di adozione alle imprese, in particolare di piccole e medie dimensioni. Inoltre, molti fornitori non hanno ancora messo a punto modelli commerciali e di "delivery" delle soluzioni efficaci, che consentano di integrare l'offerta veicolata attraverso i partner di canale "storici", senza cannibalizzarla.

L'affidabilità dei fornitori rappresenta un ulteriore punto di attenzione legato all'offerta. E', infatti, elevato il rischio di scomparsa di fornitori che, data la fluidità del mercato in questa

fase, possono fallire, essere acquisiti o decidere di non continuare a sviluppare il prodotto. Le PMI intervistate mettono in luce come, ancor più di quanto non succeda con fornitori tradizionali, la scelta di un fornitore di soluzioni "ICT as a Service" rappresenti per l'azienda una scommessa su un attore e sulla sua capacità di sviluppo ed

erogazione di servizio nel tempo. Per ovviare a questa criticità diventa fondamentale cautelarsi, oltre che con una scelta ponderata, pensando sin dalla stesura del contratto a soluzioni di uscita che consentano all'organizzazione la transizione a una soluzione alternativa.

La conoscenza del fenomeno dell' "as a Service" da parte delle PMI italiane è, a oggi, molto superficiale, aggravata da una persistente ambiguità nei concetti e nelle terminologie adottate: quasi una impresa su 2, tra quelle intervistate, dichiara una scarsa conoscenza di tali soluzioni. In gran parte della domanda, inoltre, vi è una scarsa comprensione delle reali peculiarità e dei benefici conseguibili con i modelli as a Service. La scarsa consapevolezza dei limiti e delle implicazioni dell'adozione e la poca chiarezza sui rischi possibili crea timori e falsi miti che ne ostacolano l'adozione. Tra questi, emerge la percezione di scarsa sicurezza dei dati, segnalato da una impresa su tre. In realtà, non sembrano esistere ragioni per le quali non si possano garantire, per le soluzioni "as a Service", standard di sicurezza analoghi o migliori rispetto a quelli di soluzioni legacy che, pur risiedendo su infrastrutture >

Quasi un'impresa su due di quelle intervistate dichiara una scarsa cultura del fenomeno "as a Service"





LA LOGISTICA È DA VENTI ANNI IL NOSTRO MESTIERE

TRADIZIONALE | FARMACENTICA | PROMOZIONALE | TRASPORTI

CORMANO CINISELLO B. S. S. GIOVANNI DESIO

COLUMBUS
SERVIZI LOGISTICI

www.columbuslogistics.it

IL CASO FASTBOOK

Fastbook, società del Gruppo Gruppo MG – Giunti Messaggerie, dal 2003 si occupa in Italia della vendita di libri all'ingrosso con l'obiettivo di offrire un servizio volto a soddisfare le esigenze della piccola e media libreria e dei punti vendita non specializzati. Fastbook possiede inoltre una propria catena di librerie in franchising. Le applicazioni informatiche presenti fin dalla nascita della società sono quelle sviluppate ad hoc internamente e costantemente aggiornate dalla funzione IT aziendale. Tali soluzioni supportano l'amministrazione, la gestione degli acquisti e del magazzino. Con lo scopo di ridurre gli investimenti nell'infrastruttura IT, ed i relativi costi di gestione, Fastbook ha adottato soluzioni infrastrutturali in modalità "as a Service" quali server virtuali sui quali girano le applicazioni dell'azienda. La società da circa un anno e mezzo ha scelto questa soluzione in sostituzione dei server in house, portando nella "cloud" di un fornitore i propri server prima dislocati in cinque differenti sedi aziendali. Grazie alla fruizione della soluzione come servizio, Fastbook ha ottenuto benefici sia per quanto riguarda la sicurezza dei dati sia per quanto riguarda la facilità di gestione del sistema informativo. L'azienda, infatti, paga al fornitore un canone mensile che include licenze, aggiornamenti e manutenzione del sistema.

di proprietà, sono allo stesso modo collegate alla rete e soggette ad attacchi informatici più o meno consapevoli.

E veniamo al gap infrastrutturale: l'utilizzo di qualsiasi soluzione "as a Service" richiede la disponibilità di tecnologie di connessione ad internet a banda larga, che garantiscano un elevato livello di servizio. Questo è un tema particolarmente sentito dai fornitori di soluzioni "as a Service", che

La maggior parte delle PMI non utilizza connettività a fibra ottica, la sola che può garantire elevati standard di qualità

sanno che le prestazioni dei loro prodotti sono pesantemente condizionate della rete, la cui disponibilità per le imprese e il cui funzionamento è determinato da altri attori (i carrier), sui quali loro stessi hanno ben poca possibilità di controllo e monitoraggio. La ricerca ha messo in luce una situazione ancora preoccupante da questo punto di vista: un numero ancora li-

mitato di PMI utilizza connettività in fibra ottica, in grado di garantire elevati standard di qualità del servizio. Ancora più preoccupante il fatto che circa l'8% delle imprese utilizzzi, ad oggi, una connessione ISDN (spesso per indisponibilità di servizi di connessione in banda larga) e circa il 3% non utilizzzi nessuna connessione a internet. ■

Engineering 2K S.p.A.



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

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

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



Anagni - Frosinone	27.000 mq	(prossimo ampliamento di 27 mila mq)
Castel San Pietro - Bologna	23.000 mq	
Peschiera Borromeo - Milano	20.000 mq	
Borghetto Lodigiano - Lodi	20.000 mq	
Cornaredo - Milano	19.000 mq	
Cortemaggiore - Piacenza	16.000 mq	
Ospedaletto Lodigiano - Lodi	14.000 mq	
Pontecurone - Alessandria	8.000 mq	



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

Strada 3 Palazzo B5, Anagni (LT) - Tel. 07-5770071 Fax 07-8042533 - E-mail info@eng2k.com

www.eng2k.com

TUTTE LE NOVITA' DELLA LEGGE "210"

Numerose le disposizioni inedite introdotte anche per il mondo dell'autotrasporto. Scopriamo assieme quelle più significative.

di Anna Mori

L 131 luglio sono entrate in vigore le nuove misure del Codice della Strada (CdS) 2010. Queste le novità principali: zero alcol per neopatentati e conducenti professionali, in particolare è previsto il divieto assoluto di bere per i giovani in possesso della patente da meno di tre anni e per autisti, tassisti, camionisti e, più in generale, per tutti coloro che sono al volante per motivi di lavoro; nuovi test antidroga saranno effettuati sulla saliva e non più sulla mucosa; giro di vite su chi produce, commercializza o truffa le minicar per farle andare oltre i 45 km/h; impossibilità di salire a bordo di un ciclomotore o di una macchinetta se la patente è revocata. Ecco di seguito le modifiche al Codice della Strada di maggiore impatto sul settore del trasporto.

Tempi di guida e di riposo dei conducenti (art. 30) - È stato rivisitato il regime sanzionatorio dei tempi di guida e di riposo, prevedendo da un lato una maggiore gradualità delle

Divieto assoluto di bere alcolici a camionisti e a tutti coloro che sono al volante per motivi di lavoro

sanzioni in caso di superamento dei tempi di guida e di mancata osservanza dei tempi di riposo, e dall'altro un inasprimento dei controlli e delle sanzioni a carico delle aziende. Si segnalano in particolare il ritiro dei documenti di guida all'atto della contestazione della violazione su strada; la nuova sanzione per il mancato rispetto del periodo minimo di interruzione della guida

(da 155 a 620 euro e decurtazione di 2 punti); l'aumento della sanzione a carico dell'azienda per le infrazioni sulla documentazione obbligatoria (da 307 a 1.228 euro); la verifica in azienda in caso di incidenti con danni a persone o cose; la perdita del requisito dell'onorabilità da parte del preposto nel caso di ripetute violazioni.

Pagamento immediato delle sanzioni (art. 37) - In caso di violazioni riguardanti i limiti di velocità (superamento del limite di oltre 40/km orari), il sovraccarico (superamento oltre il 10%), il sorpasso e i tempi di guida e di riposo, è stato introdotto

ATTENTI AI LIMITI TEMPORALI DI GUIDA

	Superamento fino al 10%		Superamento oltre il 10%		Superamento oltre il 20%	
	Sanzione Min/max €	Punti	Sanzione Min/max €	Punti	Sanzione Min/max €	Punti
Periodo di guida giornaliero	38/152	---	300/1.200	-2	400/1.600	-10
Periodo di riposo giornaliero	200/800	---	350/1.400	-5	400/1.600	-10
Periodo di guida settimanale	---	---	250/1.000	-1	400/1.600	-2
Periodo di riposo settimanale	---	---	350/1.400	-3	400/1.600	-5

Archivio Volvo



QUESTE LE ALTRE MULTE E PENALITA'

Violazioni commesse con mezzi pesanti	Sanzione Min/max €	Punti
Superamento del limite di oltre 10 km/h	310/1.248	-3
Superamento del limite di oltre 40 km/h	1.000/4.000	-6
Superamento del limite di oltre 60 km/h	1.558/6.238	-10

l'obbligo di versare l'importo della sanzione all'atto della contestazione su strada; nel caso il vettore non paghi la sanzione, deve comunque versare una cauzione pari alla metà del massimo della sanzione applicata, pena il fermo amministrativo del veicolo per un periodo fino a 60 giorni.

Verifica della filiera in caso di incidenti gravi (art. 51) – In caso di incidenti gravi da cui derivino morte o lesioni gravi alle persone provocati da mezzi pesanti scatta una verifica presso tutti quanti gli operatori della filiera (vettore, committente, caricatore, proprietario della merce) sul rispetto delle norme sulla sicurezza stradale.

Divieto di assunzione di alcol (art. 33) – E' stato introdotto il divieto assoluto di assunzione di alcol per chi guida mezzi pesanti (superiori a 3,5 tonn); in caso di violazione è prevista la sanzione da 155 a 624 euro, che viene raddoppiata se il conducente ha provocato un incidente,

nonchè la decurtazione di 5 punti patente; se viene riscontrato un tasso alcolemico superiore a 1,5 grammi per litro è disposta la revoca della patente; quest'ultima è prevista anche qualora il conducente venga trovato sotto l'effetto di sostanze stupefacenti. La revoca della patente per guida in stato di ebbrezza o sotto l'effetto di sostanze stupefacenti costituisce giusta causa di licenziamento (art. 43).

Limiti di velocità (art. 25) – E' stato modificato il regime sanzionatorio per le violazioni ai limiti di velocità.

Patente a punti (art. 22) – Per recuperare i punti patente non sarà più sufficiente frequentare un corso, ma occorrerà superare un esame; dovrà

inoltre sottoporsi alla revisione della patente chi commetterà nell'arco di 12 mesi tre violazioni che comportino la decurtazione di almeno 5 punti ciascuna.

Vettori stranieri - Cabotaggio (art. 52) – E' stata introdotta la sanzione da 5 mila a 15 mila euro per le violazioni in materia di cabotaggio stradale. E' stato inoltre previsto il fermo del veicolo presso un custode autorizzato per i vettori stranieri incorsi in infrazioni al CdS che non versino immediatamente l'importo delle sanzioni, ovvero la relativa cauzione (art. 37).

Trasporti eccezionali (art. 4) – E' stata abolita la scorta della polizia nei trasporti eccezionali; resta pertanto il solo servizio di scorta tecnica svolto dalle imprese autorizzate. La scorta della polizia potrà essere richiesta solo in caso di chiusura totale delle strade.

Rimorchi (art. 11) – E' stata abolita la targa ripetitrice per i rimorchi, mentre è stata introdotta la responsabilità solidale del proprietario del rimorchio per il pagamento delle sanzioni pecuniarie relative alle violazioni al CdS commesse con i complessi veicolari.

Guida fino a 68 anni (art. 16) – E' stata innalzata fino a 68 anni (in precedenza 65 anni) l'età massima per la guida di mezzi pesanti (superiori a 20 tonn). Gli interessati dovranno sottoporsi a visita medica annuale e conseguire uno specifico attestato di capacità fisica e psichica. ■

Tra le novità anche l'innalzamento dell'età di guida per i mezzi pesanti, fissata adesso a 68 anni



LA "CONVENIENZA" LI PREMIA ANCORA

Il rapporto 2009 dell'Istituto Italiano Alimenti Surgelati - IIAS relativo ai consumi di "frozen food" rileva i trend di un settore che piace perché offre prodotti sicuri, "value for money" e durevoli.

A cura di **Lavinia Giacobbi**

Nell'ultimo biennio l'andamento difficile dell'economia dal punto di vista globale non sembra aver fatto perdere lo smalto alle performance del settore degli alimenti surgelati, che ha archiviato anche il 2009 con un avanzamento del 1,7% a volume nel retail (+ 1,2% nel catering). La fiducia mostrata dai consumatori italiani nei confronti di questo importante segmento alimentare sembra trarre linfa da alcuni trend che mostrano importanti segnali di consolidamento: in primis un'assoluta confidenza/conoscenza dei plus qualitativi

e di servizio sempre più variegati che tendono a saldarsi a un ottimo percepito in termini di "value for money". Si tratta di tendenze in qualche modo strettamente correlate che evidenziano l'apprezzamento del consumatore per una serie di tecnologie sempre più d'avanguardia, in grado di preservare e rendere immediatamente disponibili gu-

sti, fragranze e proprietà nutrizionali prossimi al prodotto fresco. Come avviene da diversi anni questo "sentiment" si è sostanziato soprattutto nelle scelte operate in alcuni macro segmenti: vegetali e ittici su tutti. Ma se nei vegetali la richiesta ha teso a privilegiare le versioni tal quali rispetto ai preparati, l'ittico ha mostrato importanti segnali di avanzamento nelle referenze panate e pastellate e ciò in virtù del loro alto contenuto di servizio, unito all'altrettanto soddisfacente livello nutrizionale raggiunto.

Secondo dati diramati da Censis/Coldiretti quasi il 70% degli italiani acquista regolarmente prodotti surgelati



I RISULTATI DEI SINGOLI SEGMENTI

Il segmento dei vegetali si posiziona da sempre in 'pole position' e anche nel 2009 non ha fatto eccezione: si tratta di un mercato che rappresenta circa il 43% delle vendite a volume (225.000 tons/2009 - 219.733/2008, + 2,3%) e che conta attualmente sull'elevatissimo numero di 22 milioni di famiglie in quanto a tasso di penetrazione. Le **patate** alimentano oggi un mercato importante (quasi il 14% a volume sul totale surgelati) in grado di evidenziare - nell'ambito della sua offerta globale - un potenziale altamente innovativo, capace di interpretare le nuove esigenze del consumatore: si esplicita in molteplici nuove declinazioni (decisive per posizionare il prodotto lontano da un consumo standardizzato e monotono); tra queste, la più efficace appare la tendenza verso referenze "light", sempre

più apprezzabili grazie a un'ampia gamma di specialità che uniscono gusto e croccantezza alla praticità e leggerezza della cottura in forno; si tratta di prodotti in grado di intercettare le nuove tendenze alimentari, mantenendo tutta la componente "emotiva" e ludica del consumo di patate fritte. Nel corso del 2009 il segmento è avanzato del 6,6% e tale dato può essere letto molto positivamente se si considera che nell'ultimo lustro si è avuto un incremento dei consumi decisamente elevato; non va dimenticato che la costante dinamica di avanzamento dei consumi è stata ulteriormente sostenuta da una maggiore promozionalità e dall'aumento del numero di referenze medie a scaffale. Nel 2009 il segmento dei **prodotti ittici surgelati** ha mostrato nel canale retail andamenti differenti nei diversi comparti, senza - in ogni caso - accusare flessioni degne di nota; sta quindi trovando conferma la tendenza del consumatore a esplorare con maggiore convinzione le aree dell'innovazione, in particolare per quanto riguarda panati e pastellati



Fotolia.com

I consumatori italiani sposano in pieno l'ampia offerta dei surgelati e si mostrano al giorno d'oggi sempre più lontani da pregiudizi nei confronti della categoria. A riprova di questo fatto è utile dare un'occhiata ai risultati di una ricerca interna dell'IIAS, la quale mostra che, su un campione di 14-79enni, il 68,5% circa dichiara di utilizzare almeno una volta alla settimana i prodotti sottozero. Dati sostanzialmente simili emergono anche da un recentissimo rapporto Censis/Coldiretti sulle abitudini alimentari degli italiani, per ciò che ri-

guarda la percentuale di concittadini che acquistano regolarmente surgelati (69,6%); tale percentuale permette ai surgelati di posizionarsi al primo posto nella graduatoria dei cosiddetti "beni sentinella" più acquistati dagli italiani (quelli cioè il cui acquisto regolare connota in modo molto netto il rapporto degli acquirenti con il cibo e/o con le modalità di acquisto dello stesso). Si tratta di una graduatoria che evidenzia come la spesa alimentare delle famiglie italiane sia orientata prioritariamente a rapidità e facilità di utilizzo, durata del prodotto e

garanzia di sicurezza, oltre ovviamente alla convenienza dei prezzi, tutti plus naturalmente associabili al profilo dei surgelati. Nel documento del Censis emerge, inoltre, che il consumatore non segue uno schema "monolitico" di alimentazione, ma sceglie piuttosto un carrello personalizzato di alimenti, per cui il surgelato convive benissimo con il prodotto Dop e Igp. Per citare ulteriori dati sarà utile sottolineare che tra quanti acquistano regolarmente prodotti a denominazione, il 77,7% si indirizza verso i surgelati in modo regolare e, tra quanti scelgono regolarmente prodotti dell'agricoltura biologica, il 73% acquista anche surgelati, mentre tra coloro che abitualmente mostrano una preferenza per i prodotti del commercio equo e solidale la percentuale di acquisto di prodotti surgelati arriva a toccare il 77%. >

(cresciuti lo scorso anno del 4,1% rispetto al 2008) che possono essere preparati sia fritti che in forno. Questo progresso è da ricondurre in particolare - a fronte delle attuali contingenze economiche - alla necessità da parte dei consumatori di toccare con mano il "value for money" del prodotto che acquista e apprezzarne contestualmente le caratteristiche di "convenience" (prodotti pronti al consumo, senza necessità di operazioni preliminari quali l'eviscerazione, la spellatura, la spinatura, ecc). Inoltre, nell'ultimo periodo, i principali produttori hanno lavorato molto sulla bontà e sugli aspetti nutrizionali, sviluppando panature che garantiscono un'ottima croccantezza al forno senza aggiunta di oli da frittura. I secondi piatti a base di pesce costituiscono da sempre una costante sulla tavola degli italiani e ritrovare ricette tradizionali in versione personalizzata e adattata alle moderne esigenze di consumo è sicuramente un grande vantaggio; d'altro canto va considerato che la crescente globalizzazione del gusto, in atto in questi ultimi anni, fa sentire anche in Italia il suo

peso nell'elaborazione di pietanze innovative in grado di proporre al consumatore sapori e accostamenti inediti. Il 2009 si sarebbe potuto chiudere con risultati maggiormente positivi; tra i motivi che hanno rallentato la crescita del settore vi è, ad esempio, un fatto oggettivo e praticamente non modificabile: nei supermercati, i banchi del pesce fresco e del decongelato sono ubicati all'inizio del percorso d'acquisto, mentre l'incontro con l'ittico surgelato avviene solo alla fine. Oltre a ciò va considerato il ridotto potere di acquisto del consumatore, che - unito alla necessità di portare il prodotto ittico in tavola - ha orientato le sue scelte sul fresco a basso costo e sul decongelato. **Le carni surgelate (rossa e bianca)** hanno chiuso il 2009 in modo ampiamente positivo; il segmento della carne bianca ha evidenziato un aumento pari al 3,6% che, se sommato al dato registrato nel biennio 2007-2008 v



I CONSUMI DI PRODOTTI SURGELATI NEGLI ANNI E PER MERCEOLOGIA

Categorie merceologiche	2009 (in tonnellate)	2008 (in tonnellate)	Variazione assoluta	Variazione in percentuale
Vegetali	387.717	380.893	6.824	1,76
Patate	138.288	132.796	5.492	3,97
Prodotti ittici	108.240	108.317	-77	-0,07
Carne rossa	8.315	8.720	-405	-4,90
Carne bianca	16.745	17.422	-667	-4,00
Paste semilavorate	6.630	7.382	-752	-11,30
Pizze e snack	83.540	82.215	1.325	1,60
Piatti ricettati	62.116	64.797	-2.681	-4,30
Dessert	6.040	6.002	38	0,60
Frutta	1.512	1.460	-52	0,00
Altro	4.380	4.169	211	0,50
Totale generale	823.523	814.173	9.350	1,13

Liberamente tratto da un'indagine IIAS



E' interessante

evindenziare, infine, che al di là di contingenti criticità, il consumatore italiano è il meno propenso - a livello europeo - a scendere a patti quando si parla di qualità alimentare e dunque continua a indirizzarsi con buone percentuali verso un acquisto di surgelati di marche note, in grado di assicurare alti standard organolettici e di sicurezza. A riprova di ciò è utile dare un'occhiata ad alcuni recentissimi dati statistici elaborati dal Cermes - Università Bocconi a tal riguardo: nonostante il difficile momento congiunturale il consumatore si indirizza con altissime percentuali nei punti vendita verso prodotti di marca noti (56% 2009 - 78,5% 2010) andandoli a cercare laddove il prezzo

è più conveniente; tali percentuali risultano invece molto meno in incremento nel caso delle marche private (47% 2009 - 58,1% 2010).

All'interno del settore degli alimenti surgelati esiste un dinamico comparto denominato "door to door"



(porta a porta) rappresentato in Italia da un ristretto numero di aziende che fanno della qualità e del servizio il loro tratto distintivo. Il fenomeno in questione è relativamente recente nel nostro Paese ed è stato importato dall'Europa nord-occidentale; negli ultimi quindici/venti anni ha raggiunto un reale successo ->

(+ 21%), porta a un aumento globale nel triennio di circa il 25%. Tale decisa crescita conferma come il consumatore mostri piena fiducia nel sistema di controllo di filiera ed evidenzia che tali prodotti stanno entrando a pieno titolo nelle sue abitudini d'acquisto, anche grazie al recente trend sostenuto dai nutrizionisti più affermati che tende a privilegiare piatti leggeri ed equilibrati. Anche il segmento della carne rossa ha confermato un incoraggiante progresso nel 2009, avanzando del 4,7% rispetto all'anno precedente; anche qui si sottolinea il forte balzo delle referenze impanate: rappresentano un'opzione gratificante e conveniente in un momento di difficile congiuntura. Nel 2009 Il trend di crescita del **segmento pizze**, unitamente a quello del variegato comparto degli snack, è proseguito con discreti risultati (1,9% - 2009/2008). Se si considera che oggi gli acquisti domestici di pizza vedono il surgelato quale principale protagonista (in seconda battuta segue l'ultrafresco della gastronomia, mentre la pizza fresca totalizza ancora bassi volumi) ci si rende perfettamente conto di come la difficile congiuntura economica abbia

inciso anche sugli acquisti di un prodotto così radicato nella tradizione nazionale e nell'immaginario gastronomico degli italiani. In ogni caso va detto che, seppur parzialmente penalizzate dalle contingenze economiche, le vendite confermano il buon apprezzamento da parte dei consumatori verso categorie di prodotti caratterizzate da un buon contenuto di servizio, in continuo miglioramento sia sul fronte della comodità/versatilità d'uso sia dal punto di vista della ricettazione/lavorazione, ovvero della soddisfazione del gusto. Ed è stato proprio questo uno dei plus della categoria nell'ultimo periodo: l'aver raggiunto una significativa e interessante qualificazione-diversificazione dell'offerta. La produzione di alta qualità è legata indissolubilmente all'artigianalità della lavorazione, (in particolare per quanto riguarda la pasta, secondo procedimenti che riprendono quelli utilizzati dai pizzaioli) e all'innovazione di prodotto. E' recente, inoltre, l'introduzione della cottura a legna per alcune referenze, un'ulteriore fiore all'occhiello per alcune delle aziende più rappresentative del settore; le stesse hanno intrapreso la

In SAFIM siamo fatti così. Ci piace lasciare il segno



Servizi di deposito, magazzinaggio 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. Pomerio
10060 NONE (TO)
Tel. 011 550 2160 r.a. Fax 011 550 2160
www.safim-srl.it



so in termini di consumi e di apprezzamento, intercettando bisogni ed esigenze emergenti delle diverse fasce di consumatori. Attualmente il mercato dei surgelati "porta a porta" rappresenta in Italia circa il 9% del totale e progredisce ogni anno con buone percentuali, in quanto può contare su un universo di affezionati clienti che riconoscono nella consegna a casa e nella possibilità di scegliere e personalizzare la propria spesa alimentare un reale vantaggio. Inoltre le più rappresentative aziende del settore valorizzano ulteriormente il profilo degli alimenti surgelati e delle loro peculiarità organolettiche, grazie al rigoroso rispetto della catena del freddo. Il mercato del "door to door" si muo-



ve di pari passo con le più recenti spinte sociologiche e tecnologiche; rapporto diretto con il cliente, spesa "on line" e ricette della tradizione gastronomica nazionale presentate con il giusto equilibrio nutrizionale e calorico sono tutti plus in grado di garantire al comparto ampi margini di crescita, senza dimenticare quelle che sono le peculiarità dell'intero settore dei surgelati: convenienze, value for money e assolute garanzie in termini di igiene e qualità.

Nel 2009 il mercato dei consumi alimentari extradomestici ha raggiunto in Italia il valore di circa 70 miliardi di euro, un volume d'affari pari al 33,5% del totale dei consumi alimentari. Rispetto al 2008 il settore ha evidenzia-



to una flessione dell'1,2%, un risultato tutto sommato contenuto a fronte della forte crisi generale. I consumi di alimenti surgelati, solo nel catering, sono cresciuti gradualmente e progressivamente in Italia di oltre il 21% negli ultimi 9 anni, denotando ormai la scelta definitiva della maggior parte degli operatori di tutta la filiera verso gli indiscutibili vantaggi del prodotto frozen. La ristorazione commerciale (e per certe linee di prodotto anche la ristorazione collettiva) richiede sempre più referenze ad alto valore aggiunto, soprattutto nell'ambito dei contorni vegetali elaborati e ricettati e dei piatti pronti da forno. I plus di queste >

strada di un posizionamento più elevato dal punto di vista organolettico, lanciando in successione alcune linee caratterizzate da ricercate farciture in grado di soddisfare il desiderio di ricettazioni più ricche e originali espresso dalle fasce di consumatori meno convenzionali. Il vasto **segmento dei piatti pronti ricettati** ha proseguito in un generale trend di poca dinamicità, a motivo in primis del periodo di recessione economica e della conseguente attenzione al prezzo da parte del consumatore. La stasi degli acquisti appare in ogni caso un fatto contingente, dal momento che raramente un fenomeno gastronomico ha rappresentato quello che oggi sono i "convenience food" con il ruolo che essi svolgono nella moderna società, nella quale devono essere considerati come un "indicatore sociale" e di "tendenza" molto importante. Forzando un po' la mano si può persino arrivare ad affermare che essi sono gli ambasciatori che riescono in qualche modo a mettere d'accordo concetti opposti, ovvero l'esigenza di velocità con quella del gusto. Estendendo queste riflessioni al mondo dei surgelati si nota come i piatti pronti surgelati

hanno ormai guadagnato un'ottima penetrazione nelle famiglie italiane; a riprova di ciò è utile sottolineare che nel 2009 la flessione della domanda non ha riguardato in modo uniforme i diversi canali di vendita; i supermercati (nei quali si concentra la maggior parte delle vendite) e il dettaglio tradizionale hanno fatto registrare un incremento rispetto ai dodici mesi precedenti. Oltre a ciò è possibile individuare, in prospettiva, alcuni segnali che permettono di ipotizzare un futuro più in linea con quelli che sono stati gli indici di incremento del settore negli anni passati. Anzitutto va considerato che la concorrenza dei "ready meal" freschi va facendosi meno pesante, in quanto pur rappresentando un'alternativa di consumo, in realtà non riescono a intaccare quelle che sono le caratteristiche vincenti delle referenze surgelate: il livello di servizio e la possibilità di lunga conservazione. Il mercato dei "ready meal" surgelati (nel complesso rappresenta il 10% del settore) è un segmento che fa dell'innovazione - promossa sempre e solo dalle grandi marche - il suo motore principale. ■

Value Added
προστιθέμενη αξία
부가 가치
付加価値
à Valeur Ajoutée
增值
повышенно-ценно
Valore Aggiunto
de Valor Añadido
der Wertschöpfungsprozess

**NYK LOGISTICS
& MEGACARRIER**

NYK Logistics (Italy) SpA

Romentino Hub

Via Cavallè - Romentino Park,
28068 Romentino (No)
Tel: +39 0321 86901
Fax: +39 0321 869027
email: info.milano@it.nyklogistics.com

Headquarter

Via Privata Piemonte, 1
20010 Arluno (MI)
tel: +39 029025171
fax: +39 0290377052
email: info.milano@it.nyklogistics.com

NYK Logistics South Europe

Padova branch

Via Inghilterra, 16 Int. 2C,
35127 Camin (Padova)
Tel: +39 049 7625269
Fax: +39 049 6705046
e-mail: info.padova@it.nyklogistics.com



Solo nel catering i consumi di surgelati sono cresciuti di oltre il 21% negli ultimi nove anni

gamme ad alto contenuto di servizio permettono agli utilizzatori professionali considerevoli risparmi di tempo - e quindi di costi fissi - mantenendo comunque un'elevata possibilità di porzionabilità e soprattutto di personalizzazione del prodotto finito. Molti di questi nuovi prodotti sono stati studiati con una ricetta a b b a s t a n z a "neutra", in modo da permettere allo chef di elaborare il prodotto a proprio piacimento anche in funzione delle diverse aree geografiche d'Italia e quindi nel rispetto della tipicità e della tradizione culinaria locale.

E' da segnalare poi che negli ultimi anni, a seguito della sempre più alta richiesta di prodotti surgelati ad alto contenuto di servizio, vi sono stati notevoli incrementi nelle linee di piatti pronti "stir fry" (letteralmente "fritto al salto"), nelle loro versioni rinvenibili in microonde e nelle referenze da forno. Prodotti tipici italiani, come per esempio le lasagne e i cannelloni, vengono sempre maggiormente apprezzati e continuano ad aumentare le rotazioni all'interno dell'offerta della ristorazione commerciale e anche di quella collettiva (scolastica e aziendale). ■

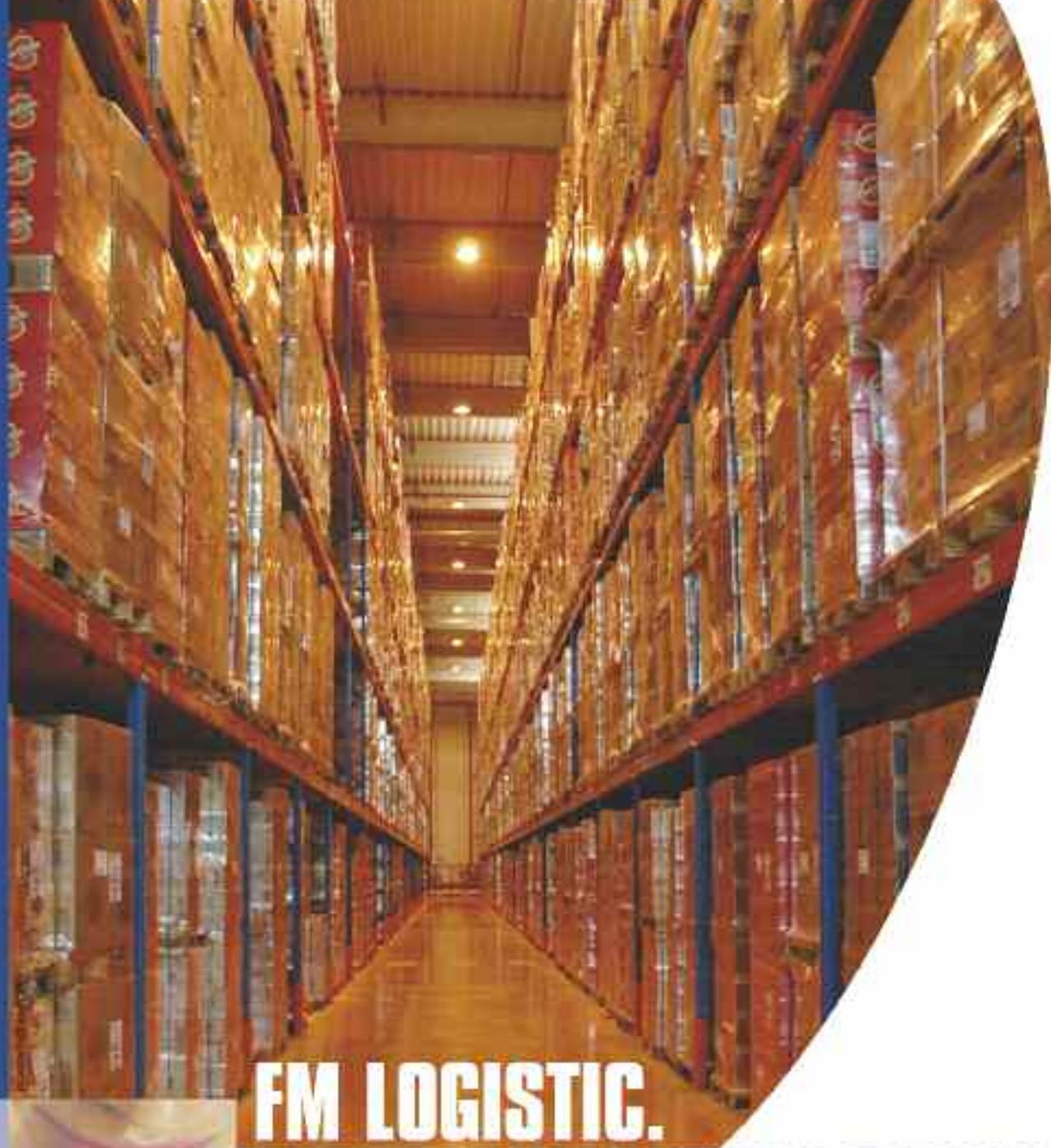
SEGNALI POSITIVI ANCHE DAL 2010

Dalle conclusioni del rapporto Censis sulle abitudini alimentari degli italiani emerge che nei primi nove anni del nuovo millennio si è registrato un mutamento epocale nel rapporto con i consumi alimentari: si sono fatti strada trend altamente qualitativi, quali la ricerca della sicurezza e della genuinità. Inoltre, una popolazione che invecchia si indirizza verso un'alimentazione adeguata a contrastare gli effetti sulla salute del tempo che passa. Anche se tali tendenze non sempre rispecchiano l'effettivo vissuto quotidiano degli italiani, ciò non riduce il peso del salutismo come riferimento valoriale e pratico rispetto a quello che si mangia; in questo contesto è quindi interessante segnalare il primo posto tra i prodotti "sentinella" assegnato ai surgelati dai nostri connazionali. Segno che gli italiani riconoscono ai prodotti sottozero il profilo di prodotti pratici, sicuri e di buona qualità. *"Credo che dopo quasi cinquant'anni di presenza sul mercato alimentare nazionale - sottolinea Vittorio Gagliardi, presidente dell'Istituto Italiano Alimenti Surgelati - scoprire che circa il 70% dei consumatori italiani non ha più riserve nei confronti dei surgelati sia un risultato storico, al quale crediamo - come Istituto di tutela e valorizzazione - di avere fornito il nostro contributo in tandem con le principali aziende del settore, da sempre attente alla qualità e alla sicurezza di ciò che producono. In Italia il consumo pro-capite di prodotti surgelati è tra i più bassi d'Europa (13,65 kg); ben si comprende, quindi, come le potenzialità di crescita siano ancora piuttosto elevate, sebbene nel nostro Paese l'offerta globale del fresco sia sicuramente molto più alta di quella rintracciabile nei principali*

Paesi europei. Per quanto riguarda il primo quadrimestre 2010, dalle nostre prime rilevazioni, sembra che il settore nel suo complesso stia mantenendo le proprie posizioni e alcuni dei segmenti "storici" del surgelato (vegetali, patate e ittico) continuano a marciare con buona incidenza. E' appena il caso di segnalare che dopo un triennio, nel primo trimestre 2010 tornano a crescere i primi piatti surgelati (+ 3,8%); questo trend segnala che il contenuto di servizio - non appena si evidenziano lievi segnali di ripresa - torna a essere un plus vincente". Tali segnali fanno ritenere che anche il 2010 si iscriverà nel solco di costante crescita fatta registrare negli ultimi 20 anni dal mercato dei surgelati in Italia. Sarà ancora una volta l'innovazione, intesa non soltanto dal punto di vista del prodotto ma anche dell'approccio verso la categoria, a trainare questa crescita. Secondo IIAS si può prevedere che il ridotto potere d'acquisto, l'aumento dei single, la recente incidenza nei consumi delle scelte degli extracomunitari (l'8% della popolazione - circa 5 milioni), i principi di un'alimentazione bilanciata, l'incremento dei pasti fuori casa e, in definitiva, uno stile di vita in rapida evoluzione, saranno i parametri fondamentali che orienteranno le principali aziende del settore nello sforzo innovativo. L'innovazione tecnologica è infatti percepita dal consumatore non



di per sé, ma in quanto capace di soddisfare al meglio un bisogno esistente o di stimolarne uno latente. La massima attenzione va quindi posta alle nuove esigenze del consumatore. Ed è questa la chiave di volta del successo di qualsiasi innovazione.



FM LOGISTIC. THE SATISFACTION CHAIN.

Partner internazionale di riferimento per le aziende operanti nei seguenti settori:

- agroalimentare
- health-care
- grande distribuzione
- high-tech
- generi vari
- automotive.

I nostri valori:

- spirito di squadra
- eccellenza
- soddisfazione del cliente
- responsabilità
- dinamismo.

Le nostre attività:

- gestione integrata della supply chain

- magazzinaggio e handling
- co-packing e co-manufacturing
- trasporto e distribuzione capillare anche a temperatura controllata
- trasporti internazionali.

FM LOGISTIC
made in satisfaction

FM Italia - Corso Lombardia, 35 San Mauro T.se (TO)
Tel. +39 011 2977400 www.fmlogistic.com

“LA CONTRAZIONE DEI VOLUMI? SI VINCE COSÌ”

L'AD di Dispensa Logistics spiega la sua ricetta anti-crisi, tutta imperniata su controllo dei costi aziendali e innalzamento della qualità.

di **Ornella Giola**



RENATO MOSCA

Fatta qualche eccezione, il settore dell'alimentare a temperatura controllata sta vivendo momenti drammatici, con alcuni operatori che stanno letteralmente 'franando' e con perdite di fatturato esponenziali. Sa perché sta accadendo tutto questo? Perché tali operatori non hanno impostato uno sviluppo aziendale su elementi strategici, ma hanno inseguito il mercato proponendo prezzi non corretti e tralasciando ogni investimento sul fronte della qualità". Renato Mosca, amministratore delegato di Dispensa Logistics, esordisce così, con la chiarezza e la passione che lo contraddistinguono. Lo incontriamo a Casaleto Lodigiano, quartier generale del 3PL che lui stesso ha fondato nel 1996 e che oggi è tra i maggiori player del settore, grazie soprattutto alla sua gestione manageriale.

DISPENSA LOGISTICS NON È PERÒ NEL NOVERO DI CHI STA VIVENDO FORSE LA CRISI PIÙ NERA DEL SETTORE. CON QUALI LINEE STRATEGICHE AVETE DUNQUE FATTO FRONTE A QUESTA SITUAZIONE?

■ Nel 2008 ci siamo interrogati su cosa stava succedendo al mercato e siamo giunti alla conclusione che vi sarebbe stata una progressiva contrazione dei volumi, il che avrebbe comportato una maggiore focalizzazione sui costi. Due fattori che avrebbero innescato profondi mutamenti della logistica. Di fatto cosa è però successo nel nostro settore? E' successo che – a fronte della necessità di riduzione dei costi da parte della committenza – i nostri competitors hanno risposto semplicemente riducendo i prezzi, vedendosi però nell'impossibilità di fornire servizi di qualità. La risposta di Dispensa Logistics è stata del tutto differente: a fronte della necessità di innalzare i volumi ha spinto sul marketing (di qui la decisione di inserire una figura professionale ad hoc), sul controllo dei suoi costi interni (e non tanto sui prezzi di vendita) e sulla qualità (l'abbassamento dei costi di supply dei nostri clienti lo si ottiene solo puntando sulla qualità).

SI PUO' DUNQUE DIRE CHE LA CRISI DEL SETTORE È DOVUTA PER LO PIÙ A OPERATORI "IMPROVVIDI" E POCO STRATEGICI?

■ Non solo. Anche industria e retailers stanno commettendo un errore di fondo, quello di andare in cerca di logistici al minor prezzo possibile, non tenendo conto dell'impatto di tale situazione sui costi di supply. Mantengono in piedi competitors medio-piccoli con una qualità dei servizi discutibile (riduzione di qualità = livello di servizio scadente = riduzione delle vendite). Si innescano anche meccanismi per cui si chiudono gli occhi su situazioni al limite della legalità, specie per quel che riguarda le relazioni con le cooperative.

“Industria, fornitori di servizi logistici e retailers dovrebbero confrontarsi e fissare delle regole”

COME SI ESCE DA QUESTA SITUAZIONE?

■ Industria, fornitori di servizi logistici e retailers dovrebbero sedersi intorno a



SENZA LINEE STRATEGICHE NON C'È SVILUPPO

un tavolo e porre una prima cruciale questione: fissare delle regole. I volumi contano per il contenimento dei costi, ma il vero problema sono le regole: ad esempio, non è possibile che tutti i clienti emettano l'ordine a mezzogiorno e chiedano le consegne entro le 8 del mattino. Magari è ora di avviare delle diversificazioni o consentire di sfruttare le 24 ore e allora ecco che la produttività può crescere, si possono pianificare le consegne in modo differente, e così via. Sulle regole è possibile costruire volumi e abbassare i prezzi nella più totale efficienza, qualità e legalità.

CHI DOVREBBE PERÒ COMPIERE LA PRIMA MOSSA VERSO QUESTA CONDIVISIONE?

■ Ora siamo nella situazione in cui il retailer chiede sempre più livelli di servizio spinti, l'industria non riesce a garantirglieli coi vecchi sistemi e ha bisogno di logistici che ne siano capaci. Alla fine sarà il mercato a dare la risposta e a spingere verso il cambiamento.

E' UNA SITUAZIONE SOLO ITALIANA?

■ L'Italia è anomala nel panorama europeo. Da noi i volumi sono bassi per via delle aziende che hanno dimensioni medio-piccole; tale "micro-dimensione" finisce per creare meccanismi e atteggiamenti che vincolano la crescita e limitano il processo di outsourcing.

NELL'ULTIMO DECENNIO COME TROVA SIA CAMBIATA LA LOGISTICA ITALIANA?

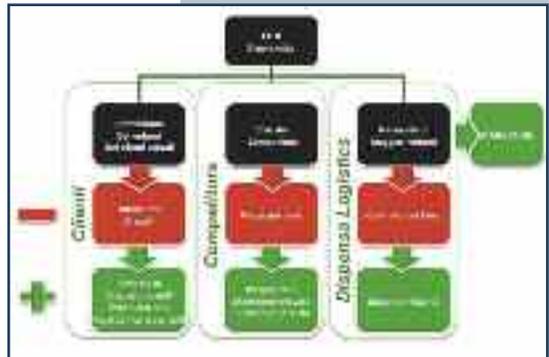
■ I cambiamenti sono stati notevoli: oggi nel nostro settore si può parlare di società di logistica, un decennio fa c'erano per lo più trasportatori e collettamisti che si inventavano il ruolo di operatori logistici. Attualmente ci sono 3PL che hanno le capacità di gestire il processo.

COSA MANCA AL LOGISTICO DI CASA NOSTRA PER FARE UN SALTO DI QUALITÀ?

■ Gli manca la strategia; in molti sono fermi alla visione del fatturato; non hanno capito che bisogna andare su dimensioni nazionali, fornendo un certo livello di qualità del servizio. In più c'è asfissia finanziaria e non c'è profittabilità. Per un certo periodo ho seguito con alcuni colleghi l'avvio di un progetto per la costituzione di un team di 3PL, al fine di meglio aggredire il mercato. Il progetto si è arenato, in quanto il suo successo avrebbe significato la fine dell'era padronale e l'inizio di quella manageriale, un'era che a molti fa ancora paura.

DISPENSA HA UN ELEVATO LIVELLO DI FEDELTA' DI MANAGER E DIPENDENTI: QUALI LE RAGIONI DI TUTTO QUESTO?

■ L'elemento vincente è che da noi si lavora veramente in team, non c'è ragionamento "corporate" che possa in alcun modo tenere. Investiamo molto sulle persone; non esiste dipendente il quale non abbia ben chiari i suoi obiettivi a medio e lungo termine, al raggiungimento dei quali otterrà premi MBO, con la parte produttiva che nel 2010 è stata la meno premiata, mentre quella qualitativa sta ai primi livelli. In Dispensa vi è un coinvolgimento totale di tutte le persone. Investiamo infatti parecchio in formazione (aula, corsi di gruppo, crescita personale con interventi one-to-one mediante coaching specifici). La relazione fra le persone da noi è centra-



A fronte della contrazione dei volumi, che ha spinto la committenza a un forte controllo dei costi, una parte degli operatori logistici ha risposto accettando di fornire servizi a prezzi troppo bassi, penalizzandone la qualità. Non è questa la strada battuta da Dispensa Logistics, che invece si è focalizzata sul contenimento dei costi interni e spingendo al massimo sulla qualità, con budget annuali, forecast quadrimestrali, report mensili, bilanci certificati e utilizzo dei KPI.

le. Anche coi clienti prima dei prezzi viene il "feeling": del resto è impensabile mandare avanti un'azienda senza tenere conto di questo. Tutte le più grandi società mettono le persone al centro; se non lo fai smetti di essere vincente. Dispensa Logistics favorisce l'aggregazione, puntando anche su eventi come la cena di Natale o gli "open day" ai quali vengono invitati tutti i dipendenti, compresi quelli delle cooperative nostre partner. Si tratta di momenti molto coinvolgenti, attesi, che riscuotono una forte partecipazione.

QUALI I VOSTRI PROGETTI PER IL 2011?

■ Oltre all'acquisizione di nuovi clienti, vorremmo rivedere il nostro "business model" con focus spinto sulla componente automazione, coinvolgendo in tale processo i nostri clienti. ■



MA CHI HA TIMORE DELL'AMMONIACA?

Questo gas dall'odore caratteristico, utilizzato nella refrigerazione, è migliore della (cattiva) reputazione che da sempre lo accompagna.

di **Giorgio Gini**

La comunità scientifica e gli esperti dell'industria di tutto il mondo si sono riuniti nel mese di giugno, a Stoccolma, capitale europea verde 2010, per discutere sui possibili aspetti della tecnologia per la refrigerazione sostenibile. La conferenza si è aperta con una presentazione che illustrava il quadro più ampio di "cosa sta accadendo al nostro clima". Robert Janson dell'Università di Stoccolma ha mostrato una fotografia del buco dell'ozono sul polo sud: si presume che tale buco possa diminuire in 50/60 anni, nonostante il fatto si sia smesso di produrre sostanze che impoveriscono lo strato di ozono. "Ci sono voluti tra i 40 e i 50 anni per scoprire che i CFC non erano meravigliosi", ha sostenuto il relatore. Che è poi passato a discutere le lezioni da imparare quando esaminiamo i problemi del cambiamento climatico: nello specifico, dove vanno a finire i prodotti chimici che utilizziamo? Dobbiamo andare oltre l'uso immediato di tali prodotti e prendere in considerazione quello che accadrà quando non ne avremo più bisogno. La natura ci insegna sorprendendoci, ma i sistemi naturali possono richiedere molto tempo per guarire. Janson ha quindi discusso su come il clima della terra stia cambiando: l'idea che le emissioni antropiche di CO2 possono influenzare il cli-

ma, per via dell'effetto serra, è stata proposta per la prima volta da Tyndall, nel XIX secolo. Da allora nessuno è mai riuscito a discreditare questa ipotesi, mentre l'evidenza a suo favore diventa sempre più forte.

Il tema è stato al centro di un convegno a Stoccolma, presenti esperti e scienziati di tutto il mondo

dborg di Ammonia Partnership AB, in apertura del suo intervento, che mirava a spiegare come i rischi del refrigerante

siano stati grandemente esagerati. In Scandinavia, per esempio, molte più fatalità sono collegate all'R22 che all'R717 (ammoniaca). Ma nonostante i numeri di infortuni e incidenti letali siano straordinariamente bassi, i miti che raffigurano l'ammoniaca come molto pericolosa continuano a influenzare i legislatori e la società in genere. Ciò nonostante progettisti e utilizzatori dei sistemi ad ammoniaca per la refrigerazione e le pompe di calore lo considerano un refrigerante sicuro ed economico. È un fatto molto poco conosciuto, al quale l'industria chimica si era opposta in passato; tuttavia ora i due settori stanno dialogando. Lindborg ha anche fatto riferimento a co-

"L'ammoniaca è molto migliore della sua reputazione", ha dichiarato Anders Lindborg



Fotolia.com

APPUNTAMENTO A BRUXELLES

Atmosphere 2010 è il laboratorio internazionale sui refrigeranti naturali – in programma il 27-28 settembre a Bruxelles -per aiutare a rispondere a una semplice domanda: come portare i refrigeranti naturali più in fretta sul mercato? Seminari interattivi riuniranno tutti i principali protagonisti per discutere cosa possono fare la politica e l'industria per supportare l'utilizzo dell'ammoniaca come refrigerante nelle nazioni sviluppate e in via di sviluppo. L'evento vuole spingersi oltre e iniziare un dibattito proattivo così come delle azioni concrete per rimuovere le barriere per i refrigeranti eco-sostenibili, promuovere innovazioni del mercato e aiutare a spargere la voce dalle nazioni sviluppate a quelle in via di sviluppo.

me i media spesso esagerino le conseguenze delle fughe di ammoniaca. Per esempio, ci sono casi in cui, per motivi di copertura assicurativa, i pompieri esposti alle perdite devono farsi rilasciare un certificato sanitario da un ospedale. Tuttavia, i media - a detta del relatore - il giorno dopo riporteranno che un certo numero di pompieri sono stati portati in ospedale perché esposti all'ammoniaca.

Lindborg ha anche sottolineato che c'è stata una tendenza a sostituire gli ingegneri con gli operatori, una tendenza che deve essere invertita. Ha fatto riferimento all'odore tipico dell'ammoniaca, che di fatto è un vantaggio poiché anche la più piccola perdita viene scoperta e conseguentemente corretta. Ha poi portato la discussione sulla nozione di rischio, la quale dovrebbe includere sia le conseguenze che le proba-

bilità, essendo queste ultime tuttavia raramente applicate quando si discutono i rischi dell'ammoniaca. Gli incidenti nei quali sono coinvolte le fughe di ammoniaca sono pochi in paragone al gran numero di sistemi in esistenza. Il relatore ha quindi presentato il numero di incidenti mortali in relazione alla refrigerazione ammoniacale nei vari Paesi europei,

**Il tasso di mortalità
annuo per
refrigerazione
ammoniaca
è di due persone
su una popolazione
di un miliardo**

in Australia e negli USA. Da questi dati risulta un dato interessante: il tasso di mortalità annuo è di 2 persone su una popolazione di un miliardo. A paragone il tasso di mortalità per incidenti di traffico in alcune nazioni europee varia dai 3,7 ai 14,8 decessi su 100.000 persone all'anno. ■

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



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

In un mercato caratterizzato dalla forte competitività e compressione dei costi, l'innovazione tecnica e la rapidità di esecuzione costituiscono i pilastri della risposta di GSE Group al mondo della Logistica immobiliare, dell'Industria e degli Uffici.

GSE Group offre oggi in qualità di *General Contractor* un servizio globale che include:

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

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



GENERAL CONTRACTOR WWW.GSEGROUP.COM

LA SICUREZZA SI IMPARA A SCUOLA

Per chi utilizza prodotti di material handling TMHIT organizza corsi tenuti presso la sua Academy da docenti accreditati ANIMA-AISEM.

di Emanuele Cesari

La sicurezza sul lavoro in generale, e nel mondo del material handling in particolare, ricopre un'enorme importanza. Un'importanza che è cresciuta nel tempo, dando origine a un'inedita e più completa legislazione con il D.Lgs. 81/2008 e il successivo aggiornamento D.Lgs. 106/2009. E così le aziende che acquistano i prodotti di material handling che andranno a utilizzare al loro interno, sono responsabili, come datore di lavoro, del loro operare in sicurezza sia per quanto riguarda gli operatori carrellisti, sia per quanto concerne il personale a terra.

La chiave per prevenire gli infortuni sul posto di lavoro è quindi rappresentata soprattutto da un'adeguata istruzione degli operatori, così da consentire l'utilizzo delle attrezzature in modo idoneo e sicuro. All'interno di questo scenario si colloca la decisione di Toyota Material Handling Italia (TMHIT) di dotarsi di tutti gli strumenti per fornire la "sicurezza di operare in sicurezza", creando TMHIT Academy, un contenitore di conoscenze, all'interno del quale far convogliare la grande esperienza maturata dalla sua rete sul campo. Quattro sono le sezioni di corsi dell'Academy destinate a concessionari, centri di assistenza e clienti: commerciale, tecnica, gestionale e sicurezza.

Quanto alla sezione sicurezza due sono i punti su cui essa si focalizza, la prevenzione e la formazione. Si articola su più corsi destinati ad approfondire tutte le tematiche e le implicazioni legate "al carrello elevatore, la sua movimentazione e i rischi di interferenze con il resto dell'ambiente". La formazione viene erogata a 360 gradi, coprendo ogni profilo coinvolto, dal "semplice" carrellista al responsabile della sicurezza e al titolare di azienda e, comunque, a tutti coloro che debbano rispondere del rispetto delle norme di sicurezza all'interno dell'azienda. La missione di

Le classi per carrellisti sono formate o da soli principianti o da soli esperti, per offrire omogeneità nella didattica

questa sezione dell'Academy è quindi la diffusione di conoscenze e competenze relative al settore carrelli elevatori, fornendo una panoramica completa sullo stato dell'arte, sia in termini normativi e legislativi, che dal punto di vista prettamente tecnico.

I corsi, condotti da personale qualificato, forniscono le informazioni e le nozioni necessarie per un utilizzo corretto, in sicurezza e produttivo, del carrello elevatore. La formazione è quindi personalizzata sulle esigenze effettive del cliente, nel rispetto di contenuti

condivisi con i maggiori enti del settore. Contenuti che affrontano i seguenti argomenti: tecniche di guida e utilizzo prudente del mezzo, aspetti ergonomici della guida per mantenere gli standard di salute e di sicurezza degli operatori, riferimenti alla valutazione dei rischi e relative misure di sicurezza, formazione e informazione dei lavoratori circa le particolari norme d'uso in relazione al quadro normativo di riferimento, prove pratiche di guida e programmi di gestione giornaliera del mezzo.

I partecipanti imparano così a guidare il carrello e a movimentare le merci, ma soprattutto a operare in sicurezza, evitando situazioni pericolose. Inoltre, una volta acquisita la capacità di usare correttamente il mezzo e di sfruttarne le potenzialità, gli operatori migliorano

LEZIONE IN CLASSE PRESSO LA



nel rendimento e ottimizzano i tempi operativi. I corsi carrellisti sono distinti e destinati o a esperti o a principianti. Ciò permette ai docenti di trasmettere con la massima efficacia i concetti formativi agli operatori-studenti, anche in funzione del livello di preparazione delle persone che formano l'aula.

Per quanto riguarda l'agenda dei corsi carrellisti, è strutturata seguendo le direttive fornite dalle Asl con loro linee guida, mantenendo sempre aggiornati sia i contenuti che i concetti da trasmettere. L' Academy di TMHIT fornisce un manuale per operatori carrellisti a ogni partecipante di modo che, al termine della formazione, quando il lavoratore inizierà la sua fase di addestramento all'interno dell'ambiente di lavoro, potrà avere un punto di riferimento chiaro anche nel materiale didattico che gli è stato fornito durante il corso. La formazione prevede infine di essere terminata con una parte pratica

Viene rilasciato un utile manuale per gli operatori, cui attingere per chiarimenti una volta giunti sul posto di lavoro

della preparazione e con un test finale a risposta multipla, con domande formulate con una sintassi strutturata, così da far emergere eventuali lavoratori che non conoscano la lingua italiana. Infine, al termine di ogni corso, viene consegnato un attestato di partecipazione alla formazione ad ogni partecipante che abbia superato positivamente la formazione. Quanto ai docenti dell' Academy di TMHIT hanno un livello di qualificazione elevato e sono tutti formati e accreditati presso l'ANIMA-AISEM. ■

SEDE BOLOGNESE DELL'ACADEMY DI TMHIT



MACROAREA LOGISTICA COSTA di ROVIGO



La nuova Macro-Area, intermodale produttiva e logistica è tra le più importanti Aree 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 Transpolesiana (Rovigo-Verona);
- al nuovo tratto autostradale della "Valdastico Sud" (Vicenza-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
VILUPPO**

COSTA SVILUPPO SPA
Galferia Brabcaleon, 2 - PADOVA
Tel +39 049 767775
www.costaaviluppo.com

TECNOLOGIE PER OROLOGI E GIOIELLI

Sogema ha scelto una soluzione con elevata informatizzazione a supporto dei processi e degli scambi informativi, accompagnata da una parziale automazione, che viene concentrata nel fine linea.

di **Sara Perotti**

Sogema, società nata nel 1982 in Italia e dal 2000 parte del gruppo internazionale D. Logistics (fatturato 2009 pari a 300 milioni di euro e personale diretto che arriva alle 2.890 unità), è oggi un operatore logistico attivo in molteplici settori – componentistica meccanica ed elettrica, elettronica di consumo, accessori moda, orologeria, cartoleria, ecc. – con sede presso i poli di Fagnano Olona (Varese) e Oleggio (Novara). L'offerta di Sogema comprende servizi di handling, stoccaggio e gestione delle scorte, servizi a valore aggiunto, trasporti e spedizioni, fino alla gestione integrata dell'intera supply chain. Nello specifico, il portafoglio di soluzioni si articola in tre principali aree operative: warehousing (con funzioni di tracciamento delle fasi del processo di logistica distributiva, alimentazione delle linee di produzione, magazzino doganale e servizi post-vendita), co-packing e servizi a valore aggiunto (fra i quali confezionamento automatico, semi-automatico e manuale, etichettatura, kitting, servizi after sales), distribuzione nazionale (dedicata, espressa, door-to-door) e gestione doganale (bonded warehouse e espletamento pratiche doganali).

All'interno del polo di Fagnano Olona Sogema gestisce un deposito multi-client che è l'head office della società. Situato a 24 chilometri a nord di Milano, è ubicato in posizione strategica rispetto alle principali vie di collegamento – si trova infatti in prossimità dell'autostrada A8 Milano-Varese e a 10 chilometri dall'aeroporto di Milano-Malpensa. L'impianto ha una superficie coperta complessiva di circa 27.800 mq (altezza utile di 10,5 metri; 36 baie di carico/sca-

rico) e al suo interno sono presenti clienti operanti in settori merceologici differenti. Una parte – 11.250 i mq di superficie interessata – è dedicata al settore dei luxury goods: si tratta di prodotti di orologeria (11.500 codici), gioielleria (7.500) e accessori moda (oltre 2.000), per un flusso annuo pari a circa 7 milioni di righe d'ordine e più di 24.000.000 di pezzi in uscita (di cui circa 8.000.000 orologi e gioielli, e circa 17.000.000 accessori/ materiale promozionale).



**IL MAGAZZINO SOGEMA
DI FAGNANO OLONA (VA)**

Il magazzino è parzialmente strutturato in zone fisicamente separate e protette, all'interno delle quali vengono gestiti prodotti luxury. Accanto alle aree protette, vi è un'ulteriore zona in cui vengono stoccate le scorte di materiale accessorio (quali materiale promozionale, astucci, espositori, vetrine, ecc.). Per quanto riguarda le aree protette, i prodotti in ingresso subiscono un primo processo di deconsolidamento, controllo qualità e vengono successivamente stoccati su scaffalature leggere all'interno di appropriati moduli di movimentazione tracciabili dal sistema. Per quanto concerne il materiale accessorio, dopo una prima fase di controlli qualitativi e quantitativi, viene invece posizionato nel suo imballo originale su scaffalature tradizionali porta-pallet.

Pur presentando soluzioni di stoccaggio e prelievo non automatizzate, il magazzino costituisce un interessante caso di completa informatizzazione e con-



PARTICOLARE DI UNA DELLE AREE PROTETTE

trollo di tutte le attività e reparti. L'operatività è supportata da procedure informatizzate volte a garantire un elevato presidio sull'intero processo: è operativo un sistema WMS (Warehouse Management System) che, tramite l'utilizzo della radiofrequenza, permette di tracciare la merce a magazzino e guidare secondo criteri ben precisi ogni fase della gestione del prodotto. Il sistema si interfaccia con i dispositivi e le tecnologie (radiofrequenza e voce control a parziale supporto delle attività di picking) impiegati durante le diverse fasi di evasione dell'ordine. E' inoltre operativo un sistema di web reporting, che consente in tempo reale sia ai responsabili di magazzino che ai clienti di controllare in qualsiasi momento lo stato di avanzamento degli ordini. Con riferimento in particolare alla fase di prelievo, il sistema elabora gli ordini ricevuti e predisponde le liste di prelievo, che sono trasmesse agli operatori addetti al picking nelle diverse aree

L'operatività è supportata da procedure IT che garantiscono un elevato presidio sull'intero processo

di cui si compone il magazzino. In funzione delle caratteristiche del prodotto, il processo prevede il pick-and-pack dell'ordine oppure una spunta degli articoli prelevati prima di procedere alla chiusura del collo ed alla successiva spedizione. Per alcune aree di magazzino il processo di prelievo è realizzato mediante voce picking.

Sul fronte automazione, a valle delle attività di picking sono presenti linee automatizzate su cui i colli vengono controllati (pesatura elettronica del singolo collo contenente orologi e gioielli e memorizzazione nel sistema informativo), etichettati (stampa e apposizione automatica del segnacollo riportante i dati caratteristici della spedizione) e imballati (per gli orologi/gioielli, sigillatura del collo tramite nastro antimanomissione o termoretrazione con film in polietilene; per il materiale promozionale, chiusura e reggiatura dei colli). Le informazioni relative agli ordini in uscita (dati caratteristici delle spedizioni) sono infine trasmesse in automatico al sistema informativo del vettore in modo da ottimizzarne la gestione. >





LINEA AUTOMATIZZATA DI ETICETTATURA E IMBALLO



zionali dedicati a clienti/attività specifiche). Ogni reparto è inoltre dotato di protezioni specifiche a integrazione dell'impianto anti-intrusione dell'intero insediamento.

Si è presentato il caso del magazzino Sogema dedicato al settore orologeria-gioielleria-accessori moda. La soluzione implementata nelle diverse aree di cui si compone l'impianto (magazzino tradizionale per pallet e colli) è completata da fine linea automatizzati per la chiusura, etichettatura e filmatura della merce in uscita. Il tutto è supportato da applicazioni ICT e dalla radio-frequenza per garantire il controllo dell'intera struttura, la completa tracciabilità della merce e il costante scambio informativo con i propri clienti e partner logistici.

Notevole è pure l'utilizzo della Radio Frequenza, in modo da garantire il controllo della struttura

Ad oggi, l'azienda ha rilevato benefici in linea con gli obiettivi aziendali che si erano prefissati; in particolare, la clientela si è mostrata soddisfatta dalla flessibilità offerta dai sistemi informativi e dalla tecnologia impiegata. Per il futuro l'impegno di Sogema è di proporre al mercato italiano un servizio sempre più a valore aggiunto nella gestione della supply chain, con

particolare interesse al settore del packaging application, sia a livello industriale che consumer-related, consolidando il know-how specialistico proprio del 3PL D.Logistics A.G. ■

sistemi atti al costante monitoraggio e alla protezione della merce e delle diverse aree del magazzino. A tale scopo, sono impiegate soluzioni tecnologiche e procedure su diversi fronti: controllo degli accessi (portineria - bunker in corrispondenza dell'ingresso, procedure dedicate per i servizi di portierato e di vigilanza, bussola che regola l'ingresso degli automezzi in modo da escludere un contatto diretto tra l'interno del perimetro dell'impianto e l'esterno, accesso del personale terzo asservito al riconoscimento di badge magnetico), antifurto (protezione esterna, perimetrale e volumetrica), servizio di vigilanza (segnalazione dell'allarme in corso e collegamento con sistema di video sorveglianza tramite LAN per effettuare controlli visivi in tempo reale, collegamenti addizionali per clienti/attività specifiche, ispezioni notturne e diurne), videosorveglianza (fra cui telecamere fisse posizionate nella zona ad alta intensità operativa e all'ingresso del capannone; telecamere girevoli posizionate ai due lati contrapposti dell'edificio, sistemi addi-

E' interessante osservare che, data la particolare natura dei prodotti gestiti (si tratta tipicamente di merce piccola, ad alto valore e decisamente "appetibile"), particolare attenzione è infine posta ai

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

 **DEGROCCAR**
Insieme possiamo

Degrocar S.r.l.

Operativa Area

email: MI11@degrocar.it
www.mitsubishiforklift.it
www.forklift.mitsub.it

Numero Verde
800 264 603

 **MITSUBISHI**
CARRELLI ELEVATORI

GESTIONE DOCUMENTI MG LOGISTICA PUNTA ALLA LEADERSHIP

Un nuovo assetto societario, assieme a inedite iniziative per competere sul mercato dell'archiviazione documentale, hanno fatto dell'operatore padovano un "player" di primo piano.

di **Federico Paluan e Irene Zaino**



LUCIANO SALVÒ

MG Logistica srl nasce nel 2001 con una forte partecipazione di soci pubblici: Magazzini Generali di Padova, Finser Spa, Camera di Commercio e Provincia di Padova. Nel corso degli ultimi due anni, complici alcuni cambiamenti nello scenario economico padovano, la società di C.so Stati Uniti 18 ha trovato un nuovo assetto societario, con un equilibrio tra pubblico e privato ben definito, che ha espresso un nuovo consiglio d'amministrazione al cui vertice si è insediato come presidente Luciano Salvò, presidente di Finser SpA. A lui abbiamo posto domande per conoscere meglio gli aspetti salienti di questa società.

MG LOGISTICA COME HA INTERPRETATO LA SFIDA DETTATA DA QUESTI DIFFICILI TEMPI DI CRISI?

L'esperienza che abbiamo fatto fin dal 2001 ci ha insegnato a porre molta attenzione alla concretezza operativa oltre che a pianificare lo sviluppo. La prima parte della nostra vita lavorativa ci ha visti impegnati in grossi progetti legati alla logistica "fisica" dei documenti, alla loro gestione attraverso i servizi di consultazione e allo stoccaggio di grandi quantità di carta. Di pari passo, abbiamo portato avanti lo sviluppo del settore legato alla digitalizzazione dei documenti che è poi culminato nella fornitura di servizi "tagliati su misura" per la sanità, come è stata ad esempio, la

gestione digitale delle cartelle cliniche di importanti strutture sanitarie pubbliche e private. Ci siamo dedicati poi con attenzione al settore delle istituzioni, provando a capirne bene soprattutto i bisogni reali. Abbiamo cercato di superare il singolo approccio legato alle gare pubbliche, per arrivare a identificare quale potesse essere il nuovo livello di servizi di cui enti e istituzioni necessitano ora che le risorse economiche a disposizione sono assai illimitate, mentre la domanda di servizi accurati e complessi cresce sempre di più. Abbiamo investito tempo e risorse per dialogare con chi era il destinatario dei nostri servizi e questo alla fine ci ha consegnato delle idee nuove per riorganizzarci.

COME È POSSIBILE TUTTO QUESTO?

Adottando una struttura agile nei due settori di nostra competenza: gestione fisica dei documenti cartacei e sviluppo dei servizi legati al digitale. Primo passo è stato stabilire quattro ambiti di interesse per la nostra attività: amministrazioni pubbliche, sanità, divisione logistica, aziende e studi professionali.



QUALI PROPOSTE OFFRITE ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE?

Abbiamo verificato come l'informatizzazione e la razionalizzazione dell'archiviazione documentale trovano assoluta corrispondenza con il corso normativo avviato per facilitare i rapporti tra gli utenti e la pubblica amministrazione. Ogni amministratore ha la necessità di adeguarsi al rispetto delle esigenze dei cittadini per modalità, tempistiche e sicurezza nel trasferimento delle informazioni tecniche. Il procedimento può portare non solo a uno snellimento burocratico, ma anche a una notevole riduzione dell'archivio fisico. Inoltre può essere utilizzato per garantire la conservazione di documenti e testi storici, preservandoli dal degrado. Tale attenzione sta culminando nella messa sul mercato di nuove prestazioni legate, ad esempio, alla gestione del servizio di consultazione delle pratiche edilizie nei comuni, con formule assai competitive e interessanti.

PER LA SANITÀ COSA PROPONETE?

L' informatizzazione della documentazione medica (in particolare cartelle cliniche e referti) consente di semplificare e migliorare tutto il processo di gestione e consultazione, con vantaggi sia per i



pazienti sia per il personale sanitario. Tutto l'archivio può essere organizzato secondo le chiavi di lettura più utili per la struttura sanitaria: patologie, classi di età, reparti, ecc. Le cartelle possono essere consultate in tempo reale con una connessione a una rete intranet sicura; possono essere consegnate al paziente in 24 ore. Il tutto garantendo la massima privacy e la sicurezza nella gestione dei dati sensibili. Chiaramente non siamo gli unici ad esserci accorti di questo, ma riteniamo di saper fare un buon lavoro e di proporre soluzioni interessanti, come la cartella clinica elettronica.

QUALI LE SOLUZIONI ADOTTATE PER LE AZIENDE E GLI STUDI PROFESSIONALI?

La digitalizzazione di tutti i documenti consente di ottenere modalità operative

semplici e funzionali nella gestione quotidiana. Si crea infatti un unico archivio aziendale, consultabile simultaneamente da più utenti, senza la necessità di essere fisicamente presenti nel luogo in cui i documenti cartacei sono effettivamente conservati. Il sistema garantisce la salvaguardia di tutto il patrimonio informativo aziendale, che si può strutturare secondo chiavi di ricerca personalizzate, direi quasi "su misura", ottimizzando il recupero delle informazioni.

E VENIAMO ALLA DIVISIONE LOGISTICA.

E' legata alle esigenze delle aziende multiutilities; il team che se ne occupa unisce un'attenta pianificazione strategica a un'elevatissima competenza aziendale: attraverso le più moderne tecnologie IT effettua la trasformazione digitale degli archivi cartacei in consultabili e trasferibili via internet. Il tutto integrato con una piattaforma che offre un'alta adattabilità ai processi aziendali più complessi, coniugando unitamente elevati livelli di controllo e di gestione dei documenti digitali, favorendone di conseguenza i molteplici usi. Insomma MG Logistica è un buon riferimento per chi intenda iniziare una nuova gestione di archivi documen- ■

REALTÀ IN MOVIMENTO

unicar

PARTNER NEI PROBLEMI
Leader nelle soluzioni

Servizio Clienti

800-91.18.38

Yale

People. Products. Productivity.



www.unicar-yale.it

LA CRISI? UN RICORDO, NON PER L'EUROPA

I primi dati riguardanti il 2010 sentenziano che la ripresa è in atto, ma quasi solo in Asia e nel nord America. Torna l'incubo petrolio.

di **Santo Serafini**

La recessione c'è stata, forte e quasi letale per alcuni protagonisti del cargo aereo. Ma la ripresa si è annunciata ben prima che in altri comparti. I dati relativi all'anno in corso dimostrano infatti che a luglio – a livello mondiale – l'aerocargo è cresciuto del 22,7% su base annua. Qualcuno potrebbe dire che l'intensità del crollo dell'ultimo biennio non fa giustizia a un incremento di simile importanza. Non è vero. I flussi, infatti, superano già quelli precedenti la crisi, grazie a

un vero e proprio boom di due megaree, quell'asiatica (+25,3%) e quella

Impressionante lo sprint di Cina e Usa, che hanno saputo aggredire la recessione. In ritardo il vecchio Continente

nord americana (+27,1%). Ciò non deve comunque far pensare che si sia definitivamente lasciato alle spalle il brutto tempo. Nelle ultime settimane si sono visti nuovi segnali di tensione, al punto tale che c'è chi dice che la ripresa dell'econo-

mia e degli scambi è entrata in una fase di rallentamento. I più pessimisti parlano di una coda della crisi, che riporterà di nuovo i traffici commerciali a decrescere in misura rilevante, ma – se ciò dovesse accadere nell'ultima parte dell'anno – si tratterà di certo di una flessione momentanea, non tale da incidere sul trend generale. In un simile contesto c'è da far emergere come l'Europa arranca. Nel 2010 il nostro Continente ha fatto segnare un miglioramento dell'aeromercato del 12,1%, la metà rispetto ad Asia e nord America. Assenti infine i dati relativi all'Italia, come sempre in forte ritard-



do nell'analisi dei flussi di trasporto. Certo è che l'"impasse" dell'export nazionale si è fatta sentire sul cargo, ma forse in maniera non così accentuata come nell'autotrasporto e nel marittimo.

Un motivo di preoccupazione viene invece dal fatto che la capacità di trasporto delle flotte – complice la crisi – si è ridotta. Il che è positivo da un certo punto di vista, ma negativo dall'altro. E' vero infatti che sono usciti di scena aeromobili vetusti e logori, impiegati specialmente da Compagnie di secondo piano, nate negli ultimi tempi e scarsamente strutturate dal punto di vista commerciale. Ma ne consegue che, in presenza di un pos-

sibile picco di domanda futura, la carenza di offerta si farà sentire, portando a un inevitabile incremento delle tariffe praticate sul mercato. C'è poi l'incognita petrolio. Ai prezzi attuali non si pongono problemi particolari. Ma se – come sembra – a medio termine i 100 dollari al barile saranno di nuovo superati non c'è da aspettarsi nulla di buono per il comparto aereo, che ha interrotto, negli anni della crisi, il processo di adeguamento non solo

delle flotte ma anche dell'organizzazione operativa all'obbligo di ridurre l'impatto della componente energetica. Qualcosa si sta facendo nell'utilizzo di materiali più leggeri per il packaging delle merci trasportate, così come nel sempre minore impiego dei tradizionali pallet in legno, sostituiti da pallette riciclabili molto più leggere. Sono dei passi importanti, ma non decisivi per consentire di aumentare la capacità di trasporto degli aerei, problema non sufficientemente sentito dalla maggior parte degli attori della lunga catena logistica che sta a monte e a valle della fase di puro volo. ■

Se il prezzo del petrolio dovesse superare i 100 dollari, per l'aerocargo si riaprirebbe una grave ferita

PS
PORT & SHIPPING TECH
Genova - Palazzo Cuccia
22 e 23 novembre 2010

2ª edizione
FORUM INTERNAZIONALE
INNOVAZIONE TECNOLOGICA PER LO SVILUPPO COMPETITIVO E SOSTENIBILE
DEL SISTEMA LOGISTICO PORTUALE E DELLO SHIPPING
www.shippingtech.it

Port&ShippingTech è promosso da:



In collaborazione con:



Con il patrocinio di:



Media Partners:



Gli appuntamenti di Port&ShippingTech

Verso la Green Logistics:

- Strategie e piani per l'autotrasporto sostenibile
- Dallo sviluppo del sistema degli interporti al rilancio del trasporto ferroviario cargo

Tecnologie, sistemi e nuovi prodotti eco sostenibili nel mondo dello shipping

Lo sviluppo del sistema portuale nazionale:

- Nuove partnership con i porti del Mediterraneo del Sud
- Progetti di sviluppo delle infrastrutture portuali
- Green Ports

1ª edizione PORT ID Summit:

- L'identificazione automatica da tecnologia tattica a componente strategica

Organizzato da:

Click Utility

Segreteria Organizzativa

Dott.ssa Gloria Cottafavio
Via Soboripa 1A, 16124 Genova
Tel.: 39 010 42 17 101 - Fax: 39 010 990 86 83
Mobile: 39 348 479 4176
Email: g.cottafavio@clickutility.it - Web: www.shippingtech.it

LUFTHANSA CARGO VERSO LA RIPRESA

Il primo semestre 2010 segna risultati in crescita per il vettore che serve 330 destinazioni in oltre cento Paesi del mondo, Italia inclusa.

di **Ornella Giola**



THOMAS EGENOLF

Tra le maggiori compagnie aeree del mondo, la tedesca Lufthansa cargo ha trasportato nel 2009 (anno "horribilis" per il mercato mondiale del cargo aereo) 1,5 milioni di tonnellate di merci e totalizzato 1,9 miliardi di euro di fatturato, dando lavoro a 4500 persone e servendo 330 destinazioni in oltre cento Paesi del mondo. Il 2010 si presenta positivamente per la compagnia e per quanto concerne i trend del mercato italiano abbiamo sentito Thomas Egenolf, direttore della compagnia per Italia e Malta.

IL PRIMO SEMESTRE 2010 È STATO POSITIVO PER LUFTHANSA CARGO ITALIA?

■ Il mercato nazionale si è ripreso abbastanza bene con un + 18,1%, anche se Lufthansa Cargo Italia non è riuscita a crescere altrettanto. Il business si

sta riprendendo in tutta Europa e i fattori di carico hanno recuperato rispetto al disastroso 2009. La nuvola di cenere vulcanica e gli scioperi dei piloti sono stati ulteriori sfide per Lufthansa Cargo.

QUALI LE VOSTRE PREVISIONI PER IL SECONDO SEMESTRE 2010?

■ Nella seconda metà del 2010 desideriamo crescere ulteriormente, facendo affidamento sulle nostre capacità via Vienna, e a bordo di Lufthansa Italia da Malpensa. L'offerta di Lufthansa Italia risulta essere un'opzione molto veloce per le destinazioni all'interno dell'Europa, con 152 voli a settimana su dieci destinazioni disponibili per servizi cargo.

CI SONO NOVITÀ OPERATIVE ALL'ORIZZONTE PER IL MERCATO ITALIANO?

■ Per il momento, non ci sono novità per quanto riguarda il network. Abbiamo appena lanciato un'importante innovazione nel segmento farmaceutico; il nuovo Opticooler è stato infatti introdotto in agosto. Questo inedito container è capace di raffreddare e scaldare i prodotti con una stabilità controllata elettronicamente. Il contenitore non richiede ghiaccio

Tra le più recenti novità della compagnia un container in grado di scaldare o raffreddare i prodotti

secco e può operare circa 100 ore con un tempo di ricarica di sole 6 ore. Il container è disponibile da subito e sarà un'altra pietra miliare dell'innovazione fatta da Lufthansa Cargo.

TERMINATA LA PRIMA FASE Sperimentale del sistema "MOJIX STAR" per l'applicazione dell'RFID anche al cargo, quali i passi successivi?

■ Visti i risultati ottenuti, sono già stati preparati alcuni progetti di "follow-up" e saranno comunicati quanto prima.

QUALI GLI EFFETTI DELLA FUSIONE AUSTRIAN-LUFTHANSA, FRUTTO DELLA COOPERAZIONE TRA LE DUE COMPAGNIE APPROVATA ANCHE DALLA UE?

■ Dal 1° luglio Lufthansa Cargo si oc-



ASIA E AMERICA I MERCATI PIU' PERFORMANTI

La divisione merci di Lufthansa chiude il primo semestre 2010 con un aumento del traffico merci di quasi il 20%. Da gennaio a giugno il vettore ha infatti trasportato 830 mila tonnellate. La crescita più significativa interessa le rotte per l'Asia e l'America, con un aumento del 24,6% per le destinazioni asiatiche e addirittura del 31,1% per quelle americane. Cresce anche l'offerta di stiva, con risultati pari a un + 2,3% e un fattore di carico del 72,3% (13,1 punti in più rispetto al 2009).

La ripresa è evidente anche nel fatto che si è proceduto al reintegro degli "MD-11F" lasciati a terra causa la crisi.

cupa della commercializzazione e delle operazioni di movimento merci a bordo dei voli Austrian. Siamo riusciti a gestire senza problemi questa transizione in tutti gli aspetti operativi e siamo felici di essere in grado di offrire nuove destinazioni e connessioni via Vienna. Potremo così aumentare la nostra offerta al mercato italiano con nuovi camion, voli e destinazioni.

"E-SERVICES SUCH AS EBOOKING", "TRACKIT" E "FLIGHT SCHEDULES": COME STA RECEPENDO QUESTI SERVIZI TECNOLOGICI IL MERCATO, INCLUSO QUELLO ITALIANO?

■ Desideriamo realizzare la prima spedizione e-Freight dall'Italia entro il 2010. E' un target molto ambizioso, ma crediamo nella professionalità della comunità degli spedizionieri e con l'aiuto di tutte le parti coinvolte saremo capaci di effettuare questo nuovo passo nell'innovazione. E' giunta l'ora di cambiare la nostra industria, anche perché in tutti questi anni non siamo riusciti neanche a diminuire la montagna di carta prodotta. ■



2° EDIZIONE

2 giorni di conferenze
incontri b2b
3.000 mq di area espositiva



11 - 12 novembre 2010 | LUNGAROTTO FERRI - TORINO

infrastruttura
telematics
& navigation

L'UNICA MANIFESTAZIONE EUROPEA DEDICATA ALLE INFRASTRUTTURE INTELLIGENTI E AI SERVIZI DI INFOMOBILITÀ E NAVIGAZIONE

Area tematiche

-  AV / ANM / Fleet Management
-  Emergency and Safety
-  Galileo and GNSS
-  Green Mobility
-  GIS 4 Mobility & Infrastructure
-  In-cockpit Positioning & Asset Tracking
-  Innovators Forum
-  Personal Navigation Devices
-  Smart Infrastructures
-  On-board Telematics and Car Services
-  Smart Scheduling and Booking
-  Wi-Fi 2.0 & Convergence

organizzato da:    

partneri operativi:    

PARTECIPAZIONE GRATUITA RISERVATA AGLI OPERATORI DEL SETTORE

Per maggiori informazioni: Wireless s.p.a.
Tel. +39 02 48100306 - info@itnexpo.com
www.itnexpo.com

"NEGOZIAMO SPAZI ONLINE IN EUROPA"

E' l'attività di Argos Cargo System (market place di trasporti e logistica), che offre la ricerca dei migliori autotrasportatori specifici.

di **Eleonora Rota**



SILVIA MAESTRONI

"Argos Cargo System é un market place di trasporti e logistica, che risolve la maggior parte dei problemi relativi alla contrattazione del trasporto". Esordisce così Silvia Maestroni, responsabile Italia della società, la cui sede operativa è a Barcellona, in Spagna.

PUÒ ILLUSTRARE COME OPERATE?

■ Per prima cosa la nostra soluzione permette negoziazione e contrattazione di servizi di trasporto con imprese straniere in pochi secondi, direttamente online e senza dover cambiare la propria lingua di appartenenza, grazie al servizio di traduzione simultanea. Inoltre per la prima volta in questo settore, i trasportatori verranno valutati per ogni servizio svolto e verrà loro assegnato un voto medio, al fine di offrire un metodo di valutazione oggettiva alle imprese. La

contrattazione diretta dei servizi, l'eliminazione dei costi telefonici e la possibilità di entrare in nuovi mercati permetterà alle imprese di ridurre i propri costi di trasporto e logistica e ai trasportatori di aumentare la propria redditività. Infine, Argos introduce la tecnologia "TIC", consentendo così di lavorare e gestire gli eventuali imprevisti in tempo reale e con la massima efficacia.

CHI SONO I VOSTRI CLIENTI TIPO ?

■ Da un lato imprese solventi e realmente interessate a migliorare la propria logistica, dall'altro trasportatori che lavorano con la massima qualità. Alle imprese offriamo l'opportunità di contrattare i migliori servizi di trasporto a un giusto prezzo, mentre ai trasportatori garantiamo clienti solventi e la possibilità di trovarne di nuovi a livello nazionale e internazionale.

QUALE TIPO DI TECNOLOGIA UTILIZZATE?

■ Utilizziamo un potente sistema informatico, nato dopo 5 anni di progettazione e sviluppo e un investimento di più di un milione di euro. Tale applicazione risolve molti dei problemi attuali: è un importante e innovativo strumento di lavoro per le imprese di tutto il mondo.

QUANDO SARETE PRESENTI IN ITALIA E COME SI FA A CONTATTARVI?

■ Il nostro servizio farà il suo ingresso il prossimo 1° ottobre sul mercato di Italia, Spagna, Francia, Gran Bretagna e Germania. Affinché tutti possano provarne l'efficacia, Argos garantirà il primo mese gratuito a tutti coloro che si registreranno il 1° ottobre, offrendo un carico o un trasporto. A partire dal 1° novembre per poter usufruire del servizio gli utenti dovranno pagare una quota mensile pari a 150 euro.

QUALI I PROGETTI PER IL BREVE TERMINE?

■ Inizialmente si offrirà solo il servizio di trasporto terrestre in forma completa o parziale, partendo da un furgone fino ad arrivare a un trasporto speciale, passando per tutti i tipi di trailers, autocarri, camion, ecc.. All'inizio del prossimo anno, amplieremo l'offerta, aggiungendo trasporto aereo e marittimo, fino ad arrivare ai servizi ferroviari e di stoccaggio.

**A partire dal 2011
il servizio
verrà esteso pure
al trasporto aereo
e sarà operativo
in altri 17 Paesi
europei**

IL SERVIZIO É EFFETTUABILE SOLO IN EUROPA? SE SÌ, QUALI AREE SONO AL MOMENTO ESCLUSE?

■ In un primo tempo potranno registrarsi solo imprese e trasportatori di Italia, Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. A partire da marzo 2011 si prevede di allargare il servizio ad altri 17 Paesi dell'Unione Europea, per arrivare poi a Stati Uniti, Canada, Messico e Cina. ■

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 dinamicamente 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.

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.

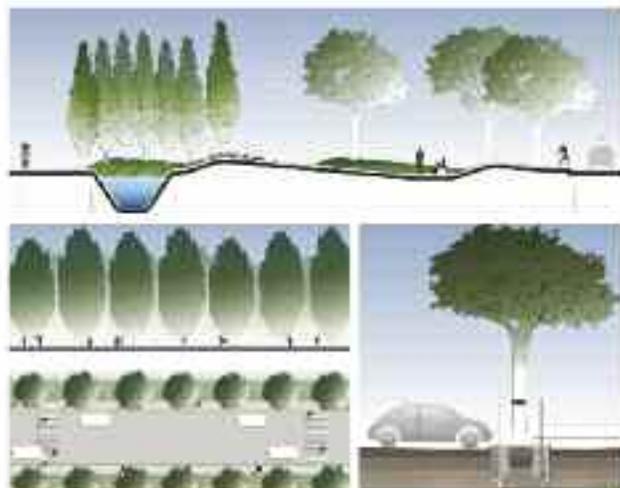
In Provincia di Venezia, nei Comuni di Portogruaro e Fossalta di Portogruaro, sorge Eastgate Park, il primo parco logistico produttivo pensato per rispondere alle esigenze delle aziende che intendano localizzare le proprie attività in un'area strategica e sviluppare le proprie potenzialità di crescita. Rivenditori fin dalla fase progettuale nell'ottica progettuale dell'investimento, i promotori di Eastgate Park hanno voluto coinvolgere 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), alla ricerca di soluzioni edilizie ed impiantistiche moderne, ponendo al centro 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 strategico del sistema produttivo del Veneto Orientale, preceduto 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 Alvisolo che ridurrà la distanza di Eastgate Park dall'autostrada A4 a meno di 30km.



Immobili personalizzabili e secondo 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 attrezzature è suddivisa in diversi comparti: Logistica Industriale e Artigianale a cui si aggiunge una Zona di Espansione Professionale 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 edifici di Eastgate Park prevedono edifici già realizzati, ma anche lotti fondiari urbanizzati e vario dimensionamento: sono questi gli spazi di compromesso 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 tagi da 150 a 37.000 mq a prezzi particolarmente vantaggiosi. La promozione 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. È prevista la possibilità di affittare spazi logistici o industriali rispettivamente a 29,5 €/mq/anno o 32 €/mq/anno. Sono inoltre in vendita lotti edificabili urbanizzati a partire da 37 €/mq di superficie fondiaria.



Un distretto produttivo tra funzionalità e sostenibilità ambientale
 Concorre 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 d'impresa 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'insediamento, prestando attenzione sia alle esigenze produttive e logistiche delle imprese, sia alle aspettative delle comunità. La concentrazione di attività produttive all'interno di uno stesso parco significa, infatti, mirabile consumo di risorse: razionalizzazione degli spostamenti 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 LIRRA-PRONCI 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.polinovazionestrategica.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 nel mondo di business POLINS si pone l'obiettivo di supportare le imprese - in particolare le PMI - ad innovare, crescere, educare e innovazioni di prodotto e di processo. Questo è possibile attraverso un percorso 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 Rivigo, 52
 Tel. 0421 244622
www.eastgatepark.it

E' una commercializzazione:



ECCO LA FABBRICA DELLA PASTA FRESCA

Dispone d'inediti portoni di differenti dimensioni e in grado, fra l'altro, di garantire adeguati isolamento termico e insonorizzazione.

di **Giovanni Cristaldi**

Nato negli anni Sessanta come laboratorio artigianale, il Pastificio Rana è oggi una delle più interessanti realtà industriali del nostro Paese, leader incontrastata nel mercato europeo della pasta fresca. Nel corso degli anni, la sede originaria di San Giovanni Lupatoto, in provincia di Verona, è stata oggetto di numerose trasformazioni e ampliamenti che hanno interessato anche l'ambito dello stoccaggio e della logistica legate dalla catena del freddo.

"La più recente si presenta come un'espansione dello stabilimento esistente – spiega Giuseppe Casagrande, presidente della società di ingegneria MPS che ne ha seguito la progettazione e la realizzazione - Si tratta di un complesso terminale specializzato per le lavorazioni conclusive del ciclo di produzione degli alimenti, composto da un nucleo di celle refrigerate riservate alla conservazione dei prodotti, attorno al quale sono disposte sia le attività di confezionamento, sia le aree per la movimentazione dei prodotti verso i vettori di trasporto. Ulteriori funzioni amministrative, gli spazi di servizio dedicati al personale e gli impianti per la generazione del freddo occupano le superfici che sono soprastanti le celle."

L'intervento è stato concepito secondo criteri di semplicità ed efficacia nello svolgimento delle operazioni. Tutte le attività non strettamente legate ai flussi di prodotto e ai percorsi veicolari si svolgono a una quota superiore rispetto al piano stradale e alla piattaforma logistica, evitando improprie sovrapposizioni a vantaggio dell'efficienza e della sicurezza nello svolgimento dei processi. La copertura è infatti costituita da una struttura portante prefabbricata sostenuta da una pilastratura centrale, che non interseca l'involucro delle celle né le ampie superfici logistiche circostanti, comunicanti con l'esterno mediante bocche di carico allineate sui fronti contrapposti più lunghi del nuovo fabbricato. Nella progettazione degli insediamenti produttivi la selezione dei sistemi di interfaccia assume un'importanza notevole.

Nel corso degli anni la sede di S. Giovanni Lupatoto è stata oggetto di numerose trasformazioni e ampliamenti

MPS ha sondato il mercato specializzato, alla ricerca di soluzioni capaci di soddisfare esigenze anche contrastanti fra loro, quali ad esempio:

- l'ampiezza non comune delle aperture, almeno quanto un automezzo con le porte completamente aperte;

- la resistenza agli urti che si verificano nel corso dell'accostamento veicoli;
- la necessità di garantire un adeguato isolamento termico, per offrire continuità alla catena del freddo e, al contempo, contenere i costi di esercizio del sistema di refrigerazione degli spazi disponibili.

Un ulteriore aspetto, per niente trascurabile, è consistito nella completa esecuzione manuale delle operazioni, esplicitamente richiesta dai tecnici del committente. "Analizzati pro e contro di analoghe realizzazioni, ci siamo orientati verso i sistemi proposti da Hörmann per il loro miglior rapporto fra caratteristiche tecniche e fattore economico", dice Casagrande. ■



BOCHE DI CARICO, QUESTE LE SOLUZIONI DI HÖRMANN

Nello stabilimento di San Giovanni Lupatoto sono presenti trentasette bocche da carico basate sui portoni sezionali Hörmann modello SPU 40 in diverse dotazioni, tutti con verniciatura giallo Ral 1018, con uno o più oblò a seconda delle differenti dimensioni (2.100 x 3.625 mm; 3.750 x 3.625 mm; 3.600 x 4.000 mm; 2.700 x 4.000 mm).

Si tratta di portoni con superfici esterne in acciaio zincato e manto di protezione in poliestere ad alta adesività, che inglobano a sandwich lo strato interno di poliuretano privo di CFC.

Ecco le principali caratteristiche prestazionali:

- resistenza al vento: Classe 3
- impermeabilità all'acqua: Classe 3
- permeabilità all'aria: Classe 2
- insonorizzazione: 22 dB
- coibentazione termica secondo UNI EN 13241: 1,0 W/m²K

La dotazione è completata da accessori ed equipaggiamenti di sicurezza fra cui:

- motorizzazione tipo WA400 A445
- tamponi DB11
- pedane HTL-2 da 1000 mm con spondina SG 3.000 x 2.000 o 2.400 mm
- sigillanti DDF e DSS.

Sono stati inoltre installati 9 Portoni Rei 120 scorrevoli (4.000 x 4.000 mm), 8 Porte rapide V5015SE e una Porta a strisce PVC (2.700 x 4.000 mm).



TRANSPOTEC 2.0
INNOVATION IN LOGISTICS, TRANSPORT, TRUCKS, TRAILERS
& TRANSPORTATION TECHNOLOGIES

**fieramilano 19-20-21
novembre 2010**

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**

Una prima assoluta.

Dal 29 novembre al 1 dicembre 2010 la Fiera Virtuale su www.transpotec.com

**VIRTUAL
TRANSPOTEC 2.0**
L'ESPOSIZIONE VIRTUALE DEL TRASPORTO



TLTI Expo Spa Piazza Carlo Magno, 1
20100 Milano
Segreteria Organizzativa Tel. 02 8762445
e-mail: info@transpotec.com
www.transpotec.com



FIERA MILANO

30 GIORNI LE NOTIZIE DEL MESE

a cura di **Andrea Brandinali**

DAMCO APRE UN NUOVO MAGAZZINO IN VIETNAM

L'operatore danese sta investendo oltre 4 milioni di dollari per un nuovo centro di logistica integrata a Binh Duong, a 25 chilometri da Ho Chi Minh. Il 3PL opererà con 26.000 mq in un magazzino destinato a supportare le strategie di crescita di Damco e rafforzarne il network in Vietnam (nove siti esistenti per un totale di 37.000 mq nelle zone chiave del Paese). Il centro logistico servirà i porti di Cat Lai e Cai Mep ed è ben collegato per il trasporto terrestre. E' già in essere un piano per collegare il magazzino anche via chiatte come sistema di trasporto alternativo, consentendo di ridurre i costi di trasporto e le emissioni di carbonio. La nuova struttura sarà certificata C-TPAT e offrirà servizi di consolidamento, magazzino doganale, deposito nazionale e generale; sarà pronta per l'aprile 2011.

IN CINA TNT DA' IMPULSO AI SERVIZI ROAD

Tnt ha programmato un investimento di 170 milioni di euro nei prossimi anni per consolidare la sua posizione sul mercato delle consegne domestiche in Cina. L'investimento consentirà a TNT Hoau, divisione che si occupa delle consegne via road in Cina, di potenziare il suo network di distribuzione day-definite, lanciando nuovi servizi e incrementando il personale. La copertura del servizio verrà estesa a 26 delle più grandi città cinesi. Il network day-definite attualmente coinvolge 800 filiali in Cina, con una concentrazione nelle regioni a maggior tasso di sviluppo economico, comprese le aree del delta dello Yangtze, del Pearl River e la Bohai Bay. Per supportare il servizio, TNT Hoau ha acquisito 400 camion Euro 3 e ha allestito un servizio clienti dedicato. Nel complesso l'azienda gestisce un network che comprende 1.500 filiali e 57 hub nazionali, e copre oltre 600 città in tutta la Cina.



POITRINEAU, NUOVO AD DI NUMBER 1 LOGISTICS GROUP

Christophe Poitrineau è il nuovo amministratore delegato dell'operatore logistico italiano leader nel mondo grocery che fa parte del gruppo Barilla. Poitrineau ha conseguito la sua laurea presso SciencesPo Paris e un master in finanza e controllo presso l'Université Paris Dauphine. Ha iniziato il percorso professionale in Deloitte & Touche Francia, dove ha ricoperto il ruolo di auditor, per poi entrare nel gruppo Hays dove ha trascorso undici anni con la responsabilità di finance manager della logic division ambient, successivamente di chief financial officer di Hays Sodibelco Milano e general manager di Hays Argon Francia. Nel 2004 è passato a Gefco, primaria società di logistica distributiva, in qualità di direttore generale della sede italiana, dove ha trascorso gli ultimi sei anni.

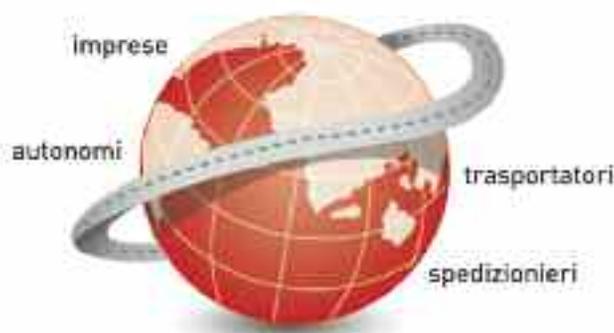
FRUTTA E VERDURA: PIU' FAMIGLIE, MENO QUANTITA COMPRATA

I dati dell'Osservatorio sui consumi ortofrutticoli di Macfrut/Gfk-Eurisko evidenziano un lieve incremento delle vendite di ortofrutta sia in termini di volumi, con 4.277.059 tonnellate (+0,9%), che per valore, con 7,3 miliardi di euro (+0,1%); registrata una crescita del 3,5% anche nel numero di famiglie acquirenti. Ma i primi sei mesi del 2010 hanno registrato un calo degli acquisti per nucleo familiare pari a 5 chili di frutta e verdura fresche e una flessione di 10 euro della spesa media rispetto all'analogo periodo dell'anno scorso. I canali preferiti dagli italiani restano i punti vendita della GDO, dove viene commercializzato il 49,8% della frutta fresca per una quota a volume pari al 51,5%. Più lenta, ma costante è la crescita dei discount che raggiungono il 6,8% del volume e il 6,5% del giro d'affari complessivo.

GEFCO NEL "GLOBAL COMPACT" DELL'ONU

L'operatore logistico francese si unisce all'iniziativa "Global Compact" delle Nazioni Unite, dando così un nuovo impulso ai propri sforzi verso una politica di governance etica e responsabile. Fondato nel 2000, il "Global Compact" invita le aziende a rispettare dieci principi universali relativi ai diritti umani, agli standard lavorativi, all'ambiente e alla lotta contro la corruzione. Il programma è a base volontaria ed è rivolto alle aziende più responsabili, esortate a rendere i principi sopra citati parte integrante delle loro strategie e attività. Raccogliendo adesioni da migliaia di aziende re->

A TE LA DECISIONE... scegliere **ARGOS**
o rimanere nel XX secolo.



www.argostrt.com

- Connessione on-line tra imprese e trasportatori.
- La qualità del servizio sarà valutata da entrambe le parti.
- Riduzione considerevole dei costi.
- Traduzione simultanea in qualsiasi lingua.
- Tecnologia TIC.
- In Argos c'è posto solo per imprese che vogliono una logistica di qualità.

REGISTRANDOTI

il 1^o di Ottobre e offrendo un
carico o un camion,

CONTRATTO GRATIS

fino al 31 Ottobre.

ARGOS

Telefono: +39 06 993 665 62 - e-mail: italia@argostrt.eu

sponsabili di tutto il mondo, il "Global Compact" contribuisce alla creazione di un mercato globale più stabile, equo e aperto. La scelta di entrare nel "Global Compact" conferma l'ambizione di Gefco di implementare valori riconosciuti universalmente così come di impegnarsi per uno sviluppo sostenibile, sia nello svolgimento delle attività commerciali che nelle pianificazioni strategiche.

I TRENI DI FFS CARGO PER L'OLANDESE EWALS CARGO CARE

Dalla fine agosto FFS Cargo ha dato il via al trasporto di treni merci internazionali per conto di Ewals Cargo Care. I container e i semi-rimorchi dell'azienda di logistica internazionale attraversano le Alpi a bordo dei 270 treni shuttle proposti da FFS Cargo all'anno. La ferrovia merci svizzera fornisce in piena autonomia tutte le prestazioni di trasporto sulla linea Rheinhausen presso Duisburg e Novara nel Nord Italia, via Lötschberg; assicura anche un servizio speciale: mette a disposizione tre cosiddetti carri a tasca su ogni treno per consentire anche il trasporto di semirimorchi di grande profilo (tipo P 400) fino a Domodossola. Per regolamentare la loro cooperazione le due società hanno stipulato un contratto di tre anni. Ewals Cargo Care è un'azienda di servizi logistici europea con sede centrale a Tege-len (Paesi Bassi). Ha alle proprie dipendenze 1.500 collaboratori e opera in 17 Paesi. L'anno scorso ha conseguito un fatturato di 580 milioni di euro.

GIO'STYLE SCEGLIE NORBERT DENTRESSANGLE

Il marchio italiano in forte espansione vede nel gruppo Norbert Dentressangle un partner con cui ottimizzare e potenziare la logistica del mercato italiano e internazionale. L'accordo, che si inserisce nel piano di espansione di Gio'Style, ha come leva strategica la crescita della logistica, con il duplice obiettivo di rafforzare il legame con il territorio e ampliare la presenza in Europa. L'expertise e il posizionamento del gruppo Norbert Dentressangle a livello internazionale porteranno al pieno sviluppo delle potenzialità del sito in cui si trova il deposito Gio'Style, a metà tra l'A4 e la nuova bretella Brebemi e a meno di 5 chilometri dall'aeroporto di Orio al Serio. Il 3PL va quindi a

operare in un'area preesistente di 100.000 mq, di cui 50.000 coperti, di proprietà di Gio'Style, la cui particolarità è data dall'approvvigionamento prevalentemente interno: gli stabilimenti, che coprono circa il 50% della produzione complessiva, si trovano infatti nello stesso luogo. Il restante afflusso di merci, quantificabile in circa 400 container l'anno, deriva da una trentina di siti distribuiti in Italia e all'estero. Il personale impiegato, tra addetti del gruppo Norbert Dentressangle, di Gio'Style e terzisti conta oltre 200 persone. Una parte del magazzino è dedicata alle merci del marchio Ordinett, la cui gestione è prevalentemente a referenza, con due picchi di stagionalità; un'altra è riservata ai prodotti Gio'Style, soprattutto tramite stock su bancali.

E' ONLINE IL NUOVO SITO WEB DEL GRUPPO GRIMALDI

La nuova versione del sito web istituzionale del gruppo Grimaldi si trova all'indirizzo www.grimaldi.napoli.it Il completo restyling del sito, sia nella grafica come anche nei suoi contenuti, ha consentito di offrire agli utenti del gruppo partenopeo un prodotto in linea con le ultime tendenze del web, che prevedono immediatezza delle informazioni e un utilizzo più semplificato. In home page hanno così grande evidenza le news del gruppo, localizzate nella parte più centrale della schermata. Più in alto, il menu principale organizza in poche voci tutte le informazioni sui principali settori di attività: le otto compagnie di navigazione che trasportano merci rotabili, container e passeggeri, i vari servizi di linea per il trasporto merci nell'Atlantico, nel Mar Baltico e nel Mediterraneo e loro itinerari, la moderna flotta costituita da navi ro-ro multipurpose, cruise ferry e traghetti, nonché i venti terminal portuali di proprietà, oltre ai differenti servizi logistici offerti per la movimentazione delle merci. ■



Parco Logistico Intermodale di Mortara magazzini "su misura"



AREA LOGISTICA
(IN COSTRUZIONE)

CENTRO DIREZIONALE

AREA INTERMODALE

OFFICINE

La logistica è connessa all'area intermodale attrezzata con:

- 3 binari intermodali di circa 700 m
- 1 fascio di presa e consegna elettrificato di 4 binari

La potenzialità massima è di 9 coppie di treni giornalieri con un traffico stimato di 150.000 UTI annui a regime

Localizzazione strategica

All'incrocio del Corridoio 5 e del Corridoio 24 in connessione con:

- le autostrade A7, A26 e A26/4
- la prevista autostrada Broni - Vercelli - Mortara
- la tangenziale di Mortara (in fase di completamento)
- l'area metropolitana milanese
- il sistema portuale ligure
- i valichi transalpini

I magazzini, caratteristiche:

- flessibilità da 5.000 sino a 200.000 m²
- altezza sotto trave sino a 12 m
- ampia modularità interna
- carico e scarico su più fronti con ribalte
- impianto antintrusione
- possibilità di raccordo ferroviario
- magazzini e uffici personalizzabili
- soluzioni eco-compatibili
- elevata vivibilità

Servizi annessi:

centro direzionale, bar, tavola calda, albergo diurno e notturno, officina, parcheggi



Terminal Intermodale
di Mortara s.r.l.

LA NORMATIVA 'ISPM 15' ENTRA IN PORTO

Lo scalo toscano ha deciso di investire nella qualità dei servizi fitosanitari, puntando anche sulla formazione del personale.

di **Luca M. De Nardo** - Conlegno

Italia, terra di santi, poeti, navigatori... ed esportatori! Soltanto a prendere in considerazione settori quali le macchine utensili, quelle grafiche, le macchine per l'imballaggio, gli impianti per la produzione di energia, ci si accorge che in questi comparti la quota media di vendite all'estero sul fatturato viaggia fra il 60% e l'80% e viaggia molto per mare. Così, accanto alla moda, al food e al design, le nostre eccellenze metalmeccaniche salgono sui bastimenti accompagnate dai robusti imballaggi in legno su misura, ma quando arrivano nei porti di destinazione, a volte capita l'intoppo, per esempio, quello fitosanitario.

Il marchio Fitok apposto sugli imballaggi in legno trattato è solo l'evidenza di un iter di gestione di trattamenti standard e rigorosi controlli conformi al regolamento internazionale Ispm n.15 della Fao. Chi gestisce l'iter e assicura che l'apposizione del marchio sia soltanto l'ultimo atto di una serie di procedure tecniche, verifiche e ispezioni è il Comitato tecnico Fitok che, in seno a ConLegno - Consorzio servizi legno sughero, è il soggetto gestore: è riconosciuto con DM del 13 luglio 2005, opera sotto la sorveglianza del Servizio fitosanitario nazionale (SFN), è autorizzato dal ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali. Fra gli strumenti

del comitato Fitok, è disponibile una specifica copertura assicurativa legata a imprevisti che possono coinvolgere unità di trasporto in imballi di legno già sottoposti a regolare trattamento fitosanitario certificato, secondo quanto previsto dalla normativa Ispm n.15.

Eppure il valore del marchio e dei reali trattamenti svolti a norma può essere messo a rischio da quegli operatori del-

la logistica che gestiscono i carichi imballati dopo l'intervento dell'imballatore: può essere il trasportatore dall'officina al primo vettore, quello dal primo al secondo vettore, il caricatore del vettore, il personale del vettore, lo scaricatore del porto di destino. Ignorando in modo doloso o colposo lo standard Ispm n.15 capita che questi operatori aggiungano o sostituiscano elementi in legno non trattato che, dagli attenti



IL PERSONALE DI PORTO DI CARRARA E DI ABRAS COINVOLTO NEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

ispettori dei porti di destino, viene subito intercettato: scatta il blocco della ricezione e spesso il reinvio della merce al mittente, con costi insostenibili e danni per tutta la filiera, da monte a valle e fino al cliente finale.

La soluzione a tutto questo è la formazione: addestrare gli operatori di quelle fasi del processo logistico che più di altri possono determinare il mantenimento della qualità fitosanitaria, ovvero gli operatori portuali. L'Italia, si sa, è terra anche di "generazione spontanea" di eccellenze. L'humus fertile preparato dal comitato Fitok di ConLegno ha creato le condizioni perché due operatori autorizzati si incontrassero e trovassero insieme la soluzione: la prima è Abras di Fidenza, che dal 1986 si occupa di trattamenti di disinfestazione e quarantena pre-imbarco, con specializzazione sui container e su tutti i tipi di imballaggio in legno destinati all'export. La seconda è una mosca bianca, bianca come il marmo di Carrara. E' appunto la società privata Porto di Carrara, una struttura storicamente specializzata nell'import di graniti e nell'export del marmo bianco più famoso al mondo estratto dalle locali cave; ha altresì esperienza nella movimentazione di materiali siderurgici (tubi, coils e tondino di ferro) e pezzi speciali (project cargo). Lo scalo apuano, per mantenere competitività rispetto agli altri porti, si è attrezzato per offrire servizi di qualità migliore, anche nell'ambito dei problemi legati allo standard fitosanitario. In collaborazione con Abras, specializzata nei trattamenti Ispm n.15 Ht, è stata così creata una squadra di operatori portuali dipendenti da Porto di Carrara che viene addestrata, seguita e aiutata a gestire i carichi che richiedono legno trattato a norma Ispm n. 15. Grazie a questo reciproco investimento, oggi Porto di Carrara è l'unico scalo italiano autorizzato Fitok in qualità di "soggetto 7.2b", cioè è classificato come impresa che uti-

I CONTROLLI INNANZITUTTO

Partner di ConLegno per il sistema Fitok è il gruppo Bureau Veritas, azienda leader a livello mondiale nei servizi di controllo, verifica e certificazione per qualità, ambiente, salute, sicurezza e responsabilità sociale (QHSE-SA). Nato nel 1828, il gruppo opera in 140 Paesi con 40.000 dipendenti e un volume d'affari di oltre 2,6 miliardi di euro (dati 2009). Bureau Veritas Certification, divisione del gruppo, è ai vertici mondiali nel settore della certificazione. Il gruppo, riconosciuto e accreditato dai più importanti enti ed organismi internazionali, è quotato dall'ottobre 2007 alla borsa di Parigi. In Italia, Bureau Veritas conta più di 350 dipendenti, 19 uffici dislocati su tutto il territorio nazionale e affianca oltre 15.000 clienti nazionali e internazionali. In campo navale, BV svolge da anni attività di classificazione e certificazione navale in ogni campo del settore marittimo nel rispetto degli standard dell'IACS (International Association of Classification Societies) di cui è membro fondatore. Bureau Veritas è organismo notificato da diversi ministeri e accreditato dall'ente nazionale di accreditamento per certificazione di sistemi di gestione e prodotto; per certificazione di personale e per ispezioni. Nel commercio internazionale supporta gli operatori coinvolti nella riduzione dei rischi cui sono soggetti, assicurandoli sul fatto che le operazioni commerciali siano completate in modo soddisfacente. In questo scenario, la missione fondamentale di BIVAC International (Bureau Inspection Valuation Assessment Control), una consociata Bureau Veritas dedicata al commercio internazionale, è quella di attestare la conformità delle merci per conto dei Governi, attraverso l'esecuzione di controlli pre e post-imbarco. Questa attività garantisce alle autorità governative la corretta riscossione dei diritti doganali. BIVAC studia e analizza programmi di incentivi e sviluppo nel trade e si accerta che le merci importate siano conformi alle specifiche contrattuali. Questi servizi detti "programmi di ispezione pre e post-imbarco" sono adottati da più di trenta Paesi al mondo e includono anche il trasferimento di know-how verso i Governi-clienti.



lizza "materiale da imballaggio già trattato e possiede un magazzino promiscuo, ovvero utilizza materiale da imballaggio in legno trattato in conformità all'ISPM n.15 e anche materiale da imballaggio in legno non trattato". Il vantaggio di questo progetto è stato quello di offrire ai clienti del porto maggiori livelli di tutela e di attirare l'interesse all'imbarco da parte di clienti scottati da

precedenti non gradevoli o comunque sensibili ai rischi di incidenti fitosanitari lungo la catena logistica. In sintesi, ConLegno, Abras, Porto di Carrara e la società di certificazione Bureau Veritas hanno tracciato insieme una nuova rotta, evidenza concreta di come sia possibile tramite una cultura gestionale attenta ridurre i costi della supply chain e aumentare il valore aggiunto. ■

NOVITÀ PRODOTTI

a cura di **Giacomo Patané**

CROWN PUNTA SULLA SICUREZZA

I carrelli elevatori Crown sono progettati per ottimizzare la sicurezza in magazzino, essendo dotati di numerosi dispositivi ergonomici e tecnici che contribuiscono a ottenere prestazioni impeccabili, con un significativo miglioramento per la sicurezza dei conducenti. Durante la progettazione dei nuovi carrelli elevatori, gli ingegneri di Crown mirano a soddisfare le condizioni medie rilevate presso i locali dei clienti, incentrando l'attenzione su fattori chiave quali visibilità, caratteristiche di guida dei carrelli, sicurezza degli operatori ed ergonomia, per garantire la possibilità di lavorare in maniera produttiva e sicura. Inoltre il sistema InfoLink® Crown per la gestione della flotta aiuta a mantenere elevati livelli di sicurezza e a monitorare la conformità con le normative relative alla salute e alla sicurezza, mentre il sistema di controllo totale del carrello "Access 1 2 3 Crown" permette ai responsabili dei magazzini di adattare le prestazioni e il funzionamento dei carrelli alle preferenze dei singoli conducenti e alle condizioni operative. Il personale di magazzino spesso deve spostare grandi quantità di merce nei magazzini in tempi molto ridotti. In un ambiente così animato possono verificarsi errori che creano rischi per molti conducenti.

Per avviare a queste pro-

blematiche, gli ingegneri Crown hanno montato sui transpallet elettrici serie WT 3000 e sui carrelli controbilanciati con operatore in piedi serie RC 5500 un interruttore brevettato per la barra di ingresso all'apertura del comparto operatore. Questa barra snella e discreta assicura che la vettura si fermi completamente se il piede dell'operatore si sporge al di fuori dello scomparto. Assicurando il posizionamento sicuro dei piedi nel comparto operatore, l'interruttore di sicurezza della barra di ingresso potenzia la sicurezza del conducente, consentendo maggiore produttività. Gli ingegneri di Crown inoltre sanno bene che chi lavora in magazzino deve svolgere le proprie mansioni in varie condizioni e ad altezze diverse. Il Work Assist Vehicle-WAVE rappresenta un esempio perfetto di notevole versatilità. Durante il trasporto a mano della merce, chi lavora su alte scale corre il rischio di una caduta durante la salita oppure nella discesa. Il WAVE multifunzionale è stato messo a punto appositamente per eliminare le scale, incrementando la sicurezza e la produttività, riducendo allo stesso tempo i requisiti della manodopera, perché una sola persona può svolgere un compito che normalmente richiederebbe la presenza di due addetti.

NUOVA SOLUZIONE PLANNET

Plannet, la società italiana specializzata nelle soluzioni avanzate per il supply chain planning & execution che opera in Italia e in Europa come partner tecnologico di numerose aziende del settore manufacturing, ha realizzato un'inedita soluzione per il monitoraggio e il controllo avanzamento di produzione: è il Compass Panel Monitor. Come spiega Fabrizio Arnaldi, partner e sales manager di Plannet: "Compass PANEL Monitor è un tool aggiuntivo che arricchisce le funzioni avanzate di Compass dedicate al mondo MES. Il nuovo modulo è stato realizzato sfruttando i vantaggi della tecnologia touch-screen (anche se può essere installato su normali PC con mouse e tastiera) e le potenzialità di connessione diretta agli impianti. La soluzione può essere configurata facilmente, creando maschere intuitive per gestire gli eventi più significativi da monitorare in produzione, >





quid
INNOVATION ITALY

17-18 NOVEMBRE 2010
CENTRO CONGRESSI
MILANOFIORI - MILANO

**INNOVAZIONE:
ICT, TRACCIABILITÀ
E SICUREZZA**



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



www.qu-id.it

in collaborazione con il fondo
ID WORLD
INTERNATIONAL CONGRESS

Organizzato da
>>> wise media

come ad esempio lo stato delle macchine, le dichiarazioni operatore, l'andamento della produzione o gli eventuali allarmi. Consente di visualizzare documenti, disegni costruttivi e tutte le informazioni necessarie alla corretta esecuzione delle attività di fabbrica. Abbiamo rivolto una particolare attenzione alla funzionalità avanzata di analisi delle performance (KPI) che consente di avere, in tempo reale su grafici e tabelle, la situazione aggiornata di tutti gli indicatori operativi, così da poter intervenire prontamente e correggere eventuali inefficienze del processo produttivo". Grazie all'interfaccia user friendly di PANEL Monitor, l'operatore può essere guidato nella raccolta dei dati di produzione e può rapidamente selezionare la procedura da effettuare (dichiarazione inizio e fine lavorazione, gestioni di fermi, degli scarti, stampa di etichette, visualizzazione disegni, ecc.) o, ancora, comunicare l'esito dei controlli di qualità richiesti dai piani di controllo. Il sistema gestisce l'emissione di etichette per consentire la completa tracciabilità dei lotti lungo tutto il processo di lavorazione fino al versamento finale a magazzino. Il sistema consente l'integrazione con "il campo": dai contapezzi ai PLC di processo fino all'integrazione con eventuali sistemi di supervisione già esistenti. E' già disponibile nell'ultima versione della suite COMPASS ed è stato installato recentemente con successo presso un grosso gruppo italiano che opera nel settore food.

I PLUS DELL'NO20NE

L'esclusivo volante multifunzione e le luci di posizione a LED integrate sono due dei tratti distintivi che caratterizzano l'innovativo carrello commissionatore CAT Lift Trucks NO20NE, distribuito in Italia da CGM. Rivolto al prelievo di colli al primo e secondo livello, il carrello coniuga un design piacevole con soluzioni tecnologiche d'avanguardia che consentono di raggiungere livelli di produttività elevati. Il volante multifunzione, in particolare, permette all'operatore di sterzare e controllare la velocità con una sola mano, mentre l'avanzato sistema di sterzo - connesso elettronicamente al

sistema di controllo della guida - assicura una sterzata pronta e precisa nell'intera gamma delle velocità operative. E' comunque disponibile, in opzione, il sistema di sterzo a 360 gradi con volantino convenzionale e il dispositivo con comandi laterali che consente all'operatore di manovrare il carrello rimanendo a terra. Importanti anche le dotazioni tecnologiche poste al servizio della sicurezza, tra cui le funzioni di riduzione automatica della velocità in curva e riduzione della velocità massima in funzione del peso del carico trasportato. L'accesso all'uso del carrello avviene tramite un tastierino numerico che offre 256 diverse combinazioni; a operatori diversi possono quindi essere assegnati PIN diversi, ciascuno dei quali associato a impostazioni di guida personalizzate. Un codice comune di sicurezza garantisce comunque la possibilità dell'azionamento in caso di emergenza. Le luci di posizione anteriori a LED, che comprendono anche gli indicatori di direzione, aumentano la sicurezza nelle zone scarsamente illuminate. Grande attenzione è stata riservata agli aspetti legati all'ergonomia e alla facilità d'uso. Il vano riservato all'operatore, molto spazioso, consente - per esempio - un comodo accesso e può essere facilmente utilizzato come varco per passare dall'altro lato del carrello, mentre il display multifunzione fornisce tutte le informazioni necessarie all'operatore o al tecnico incaricato della manutenzione. ■



NAPOLIBUSINESSPARK



5.000.000 mq di superficie con **1.000** aziende operanti nella logistica, distribuzione e servizi. Una Città degli affari attiva in **100** settori merceologici; più di **1.500** treni all'anno per un sistema intermodale all'avanguardia; un Centro servizi da **850.000** visitatori al mese.

Abbiamo tutti i numeri per creare valore.

TOYOTA **TONERO**

MAKE IT HAPPEN



Semplice da utilizzare, ma allo stesso tempo potente e preciso il Toyota Toner migliora la produttività in ogni applicazione. Qualunque siano i vostri obiettivi e per quanto ambiziosi siano i vostri progetti, il Toyota Toner è stato progettato per aiutarvi a realizzarli nel massimo rispetto di 5 valori: chiave: sicurezza, produttività, durata, comfort ed attenzione all'ambiente.

 **TOYOTA**
INDUSTRIAL EQUIPMENT