



N°4 APRILE 2011 Euro 5.00

€uromerci



**Damaso
Zanardo**

**"DA CINQUANT'ANNI
GARANTIAMO
UNA LOGISTICA
DI QUALITÀ"**

Aut. Trib. Roma n° 487 del 6.11.1993 - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - DC Milano

FARMACO, LA CRISI C'È MA IL SETTORE TIENE

ECONOMIA

**La muraglia cinese
conquista l'Europa**

MARKETING

**Nuovi social media,
vanno cavalcati!**

FROZEN LOGISTICS

**Due terzi degli italiani
scegliono cibi surgelati**



Amore per la semplicità

La logistica da un diverso punto di vista

Il modo migliore per gestire le supply chain più lunghe e complesse è un approccio integrato, capace di dare visibilità a tutte le attività operative.

Come esperti di supply chain, in CEVA ci impegniamo a rendere la vita dei nostri Clienti il più semplice possibile: proponiamo un interlocutore unico, che integra tutto ciò che facciamo, così ti è più facile coordinare la logistica. Farai esperienza di una comunicazione rapida, in diretto contatto con i responsabili, e di un servizio altamente reattivo. Questo approccio integrato ci rende unici e rende la tua vita molto più semplice.

Non è arrivato il momento di vedere la supply chain da un diverso punto di vista? Noi crediamo di sì.

Altre informazioni su come trasformare la tua supply chain all'indirizzo
www.cevalogistics.com



Making business flow



COSÌ VA L'ECONOMIA...

Tutto dipende da mister petrolio

I CONSUMI MONDIALI STANNO RIPRENDENDO, MA C'E' UNA VERA VARIABILE IMPAZZITA, DA CUI ANCORA UNA VOLTA DIPENDE IL FUTURO DELL'ECONOMIA. SI CHIAMA PETROLIO. ORMAI TUTTI LO SAPPIAMO E QUINDI PREOCCUPA LA DICHIARAZIONE DEL PRESIDENTE DELLA BCE, JEAN-CLAUDE TRICHET, CHE HA DI RECENTE DICHIARATO: "OVUNQUE, MA SOPRATTUTTO IN EUROPA, L'IMPATTO DEL PREZZO DEL GREGGIO E DELLE MATERIE PRIME SULL'INFLAZIONE CONDIZIONA LA CRESCITA, CON L'INCERTEZZA CHE RESTA PARTICOLARMENTE ELEVATA E LA PERMANENZA DI TANTI RISCHI". I MOTIVI DEI TIMORI SONO NOTI. DIPENDONO QUASI SOLTANTO DA DUE FATTORI: LE CRISI POLITICHE IN MEDIO ORIENTE E NEL NORD AFRICA E L'IMPOSSIBILITA' PER LE "GRANDI" DEL PETROLIO DI EFFETTUARE PROSPEZIONI ED ESTRAZIONE IN UN QUADRO COSÌ COMPLESSO E IMPREVEDIBILE. IN EUROPA PERÒ SI ASSISTE IN PIÙ A UNA MANCANZA DI COORDINAMENTO NELLE STRATEGIE DI RIFORMIMENTO E DI UN PIANO ALTERNATIVO NELLO SVILUPPO DI NUOVE ENERGIE. LA VERA CRITICA DA INNALZARE A BRUXELLES STA PROPRIO IN QUESTO. SE NON RIUSCIAMO A GESTIRE UNA POLITICA INTERNAZIONALE COMUNE E UNA VISIONE COLLEGALE SULL'IMMIGRAZIONE, ALMENO IN CHIAVE ENERGETICA DOVREMMO PORVARE A COSTRUIRLA. PERCHE' ALLA FIN FINE SIAMO TUTTI SULLA STESSA BARCA, IN UN MARE IN



Assologistica

Euromerci



Cultura e Formazione

Assologistica

organizzano:

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

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

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

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

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

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

via mail a ogiola@euromerci.it

oppure

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

La premiazione avverrà il 2 dicembre 2011 presso Palazzo Giureconsulti, in piazza Mercanti 2, a Milano

Info: 02 6691567 oppure 331 674 6826

VI SEGNALIAMO

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

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

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

Direttore responsabile
Jean Francois Daher

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

Progetto grafico
Mina Florio

Stampa
Mediaprint Milano

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

Intervista a Damaso Zanardo

**"DA SEMPRE PROPONIAMO
UNA LOGISTICA DI QUALITÀ"**

4

Economia

**LA MURAGLIA CINESE
CONQUISTA L'EUROPA**

6

In primo piano

**AMAZON: IL SEGRETO
STA NELLA LOGISTICA**

10

Reverse logistics

**RAEE, L'INFORMAZIONE
PARTE DAL LICEO**

14

FOCUS 1 - Logistica del farmaco

**LA CRISI SI FA SENTIRE,
MA IL SETTORE TIENE**

27

Geopolitica

**AREA MEDITERRANEA
QUALE FUTURO?**

42

FOCUS 2 - Frozen logistics

**QUELLA CATENA
NON VA SPEZZATA**

56

IL MAGAZZINO DEL MESE

CASE HISTORY

30 GIORNI

**50
62
64**

REALTÀ IN MOVIMENTO

unicar

PARTNER NEI PROBLEMI
Leader nelle soluzioni

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

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

Yale 
People. Products. Productivity.



800-91.18.38

www.unicar-yale.it

50 ANNI E TANTA VOGLIA DI CRESCERE

Qualità, efficienza e specializzazione sono gli obiettivi di Zanardo Servizi Logistici, 3PL nato nel '61. I nuovi progetti? Ce li illustra il suo presidente.

a cura di **Anna Mori**



DAMASO ZANARDO

Zanardo Servizi Logistici festeggia quest'anno "mezzo secolo" di attività. Un anniversario importante, costruito giorno per giorno. Dal momento in cui, in quel lontano 1961, Settimo Zanardo diede corpo e anima al primo nucleo della sua azienda, inizialmente operativa nei trasporti nell'alveo del porto di Marghera. Nel tempo il *core business* è cresciuto, arrivando oggi a inglobare anche il settore della logistica. In questa progressiva evoluzione vede impegnato il figlio di Settimo, Damaso, che non ha mai voluto abbassare la guardia, ma si è sempre caparbiamente impegnato a dare nuova linfa all'attività di famiglia. Ed è per questa sua perseveranza che alla fine degli anni '90 l'azienda compie il primo grande salto verso la modernità, affiancando alla gestione del magazzino quella della lo-

gistica di alcune grandi aziende quali il gruppo Irca (Zoppas), Benckiser di Mira, Cipros-Terninox e DeLonghi. A Damaso Zanardo, attuale presidente del consiglio di amministrazione del 3PL, chiediamo di illustrare progetti e programmi dell'operatore.

PUR CON 50 ANNI DI ATTIVITÀ ZANARDO SERVIZI LOGISTICI È SEMPRE SULLA CRESCITA DELL'ONDA, CON TANTI PROGETTI DA REALIZZARE. NE VOGLIAMO PARLARE?

■ Il mercato non è mai una conquista definitiva: non si può dormire sugli allori. Così non siamo stati con le mani in mano e anche in questi anni di crisi non abbiamo mai smesso di investire in strutture e organizzazione. Siamo convinti che la qualità e l'efficienza, accompagnate a una specializzazione merceologica, che oggi ci vede fortissimamente impegnati nel settore "spirits and beverage", ci aiuteranno a evolverci e a crescere. Per questo è stato costituito anche un comitato direttivo-operativo composto da risorse interne e figure professionali ricercate all'esterno e inserite nel team per dare maggior slancio qualitativo. Capacità decisionale, competenza tecnica, tempestività nel *problem solving* e un accresciuto spirito di squadra garantiscono il cliente nell'aiutarlo allo sviluppo del suo business. L'operatività prevede la gestione del prodotto dal fine linea alla sua consegna finale, comprendendo quindi tutta la parte della

gestione amministrativa (inventariato contabile, custodia, parcellizzazione del lotto, scansione ddt consegnati, pod in real time). L'utilizzo di un sistema informativo ad hoc ci consente di lavorare in perfetta efficienza coinvolgendo nei vari gradi operativi e nel monitoraggio 'end-to-end' anche partner e clienti finali.

CON QUALI APPLICAZIONI?

■ Innanzitutto tramite connessioni intranet, extranet e internet, ma nel caso di progetti specifici si allestiscono pure infrastrutture personalizzate e modulate che abilitano la "*system integration*" in base all'esigenza del cliente.

AVETE INOLTRE AVVIATO L'INNOVATIVO PROGETTO DEL TRENO ITALIA-CINA-ITALIA COME STA EVOLVENDO?

UNA STORIA PLURIENNALE NEL SETTORE





TRACCIATO DELL'INEDITO COLLEGAMENTO FERROVIARIO ITALIA-CINA-ITALIA

■ Si tratta di un progetto ambizioso e che dopo mesi di lavoro con il nostro partner 'Far East Landbridge' ha visto l'avvio quest'anno. Siamo in presenza di un collegamento ferroviario che, partendo dal terminal di Ferneti, nostro partner intermodale in Italia, e attraverso la Russia collega il Nord Est della Cina e la Corea. La distanza da percorrere è notevole, con oltre 11.000 chilometri, ma corrisponde anche alla metà del percorso via mare. Va detto che però i giorni di consegna si riducono della metà: dai 50 giorni door to door via nave si scende ai 25 e ai futuri 21 giorni via treno. E' un servizio che interessa anche la Russia, garantendo tempi e costi certi tutto l'anno. Questo in virtù della proprietà dei container, anche isotermici e del treno shuttle, condiviso tra le diverse ferrovie.

QUALI PRODOTTI MOVIMENTATE CON TALE SERVIZIO?

■ Attualmente abbiamo esportato liquori, macchine agricole, marmi, ecc. e importato elettrodomestici, motori, materiale promozionali, ecc. per oltre 300 teu dal mese di febbraio.

COME AVVIENE LA DISTRIBUZIONE NEL NOSTRO PAESE?

■ La raccolta e/o distribuzione in Italia viene garantita dalla nostra capillare rete di trasporto primario e/o via transit point che si collega giornalmente con il terminal Ferneti per il trasbordo nei container dedicati.

QUAL È IL VOSTRO RAPPORTO COI CLIENTI?

■ Innanzitutto abbiamo accorpato l'attività della società Starlog sotto l'unico marchio Zanardo Servizi Logistici e ciò

per aiutare la fidelizzazione del cliente per i diversi servizi offerti. Ritengo si possa parlare di una relazione continuativa, fondata sulla fiducia e sul rispetto. Mezzo secolo di operatività ininterrotta, in grado di sfidare anche le più impervie asperità del mercato, hanno sufficientemente dimostrato la grinta e l'affidabilità della nostra azienda. Lo dimostrano le relazioni in essere da tempo con importanti gruppi di "spirits and beverage", del food e dell'industria in genere sia di dimensione nazionale e internazionale, ma anche con new entry di clienti importanti come Stock e Heineken che hanno investito su di noi perché hanno colto la nostra capacità di proporre progetti e servizi di qualità in modo dinamico e flessibile, quasi fossimo sarti che confezionano vestiti su misura. ■



LA GRANDE MURAGLIA CONQUISTA

Pechino si prepara a diventare una spalla per il vecchio Continente in crisi. E ciò comporta cambiamenti epocali per trasporti e logistica.

di Sandro Carraro

Mentre l'Italia, in preda a ridicoli furori nazionalistici, discute soltanto sulle presunte invasioni francesi – con il caso Parmalat a scaldare gli animi – dall'altra parte del mondo succedono cose molto più eclatanti. In Cina (che anche quest'anno procede con crescite del Pil di quasi il 10%) le strategie espansionistiche subiscono evoluzioni che comporteranno cambiamenti pure per la logistica. Di fronte infatti alle richieste pressanti degli Stati Uniti di rivedere il rapporto fra lo yuan e il dollaro, con un rafforzamento del primo, opzione finora tenuta sotto gelo da Pechino, il Governo di quella che si avvia a essere la prima potenza mondiale (nel 2020?) modifica i propri piani, privilegiando lo sviluppo dei consumi interni rispetto alle esportazioni. Ma dietro a questa scelta si nasconde un piano molto più astuto e decisamente proiettato verso il futuro. I suoi governanti infatti hanno capito che nel quadro economico mondiale l'Europa rischia di diventare una Cenerentola. Così offrono ai Paesi del Vecchio Continente vicini al crack (ovvero Grecia, Portogallo e Spagna, ma presto anche l'Italia) di comprare parte del loro debito. In cambio mettono le radici per entrare nel sistema produttivo, acquisendo aziende decotte oppure vicine a diventarlo.

Un proverbio cinese sostiene: "Costruite il nido dell'aquila e l'aquila verrà". E' appunto quanto sta facendo Pechino. Ormai detiene quasi 700 miliardi di debito della zona euro – ovvero poco meno del 10% – ma intanto si offre a realizzare infrastrutture al servizio del suo export e ad acquisire il controllo di piccole e medie aziende, considerate interessanti in termini di tecnologie. Vediamo alcuni esempi di quanto i cinesi stanno facendo nei vari Paesi del vecchio Continente. Partiamo proprio dall'Italia. L'entrata in scena di Cosco (la maggiore Compagnia marittima asiatica) a Napoli è ormai una realtà acquisita. Ma ora emissari di Pechino stanno studiando la possibilità di realizzare un terminal aereo nel Lazio, in grado di accogliere i cargo provenienti dai loro scali, mentre viaggiano alla ricerca di qualche altro porto che possa cedere le banchine a società cinesi. Sempre Cosco si è ben posizionata in Grecia, con due terminal ad Atene, molto apprezzati in una nazione in bilico sul precipizio. In Francia c'è il progetto per la creazione di una zona di atti-

vità industriale-logistica, controllata da capitali cinesi, in un'ex base militare della Nato. In Irlanda stanno procedendo le trattative per la creazione di una struttura dello stesso tipo, capace di dare lavoro a migliaia di lavoratori licenziati dopo la crisi del 2008-2009, particolarmente feroce nell'isola. In Germania – dove il Governo è molto attento ai rapporti con Pechino – si procede alla costruzione di un'autostrada che collegherà Berlino con Varsavia (Polonia), finanziata e realizzata dal gruppo China Overseas Engineering.

**Porti, aeroporti
e centri distributivi:
il primo interesse
degli asiatici
si rivolge proprio
allo sviluppo
di infrastrutture**

Fotolia.com



MA PER LE PIASTRELLE ARRIVANO I DAZI

La Commissione Europea ha approvato l'applicazione di dazi (provvisori) sulle importazioni di piastrelle di ceramica cinesi poste in commercio nel mercato interno. La misura, compresa tra il 32% e il 73% e soggetta a ratifica finale entro sei mesi dall'entrata in vigore, è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale europea. L'azione antidumping, avviata con la pubblicazione della procedura il 19 giugno 2010, prevede sull'intero volume di piastrelle di ceramica cinesi importate in Europa l'applicazione di un dazio medio del 32%, per gli esportatori cinesi inclusi nel campione oggetto di verifica, e del 73% per gli esportatori che non hanno collaborato. La quota parte di questi ultimi è stimata pari al 50% del totale dell'import cinese nell'Europa a 27. Il consumo europeo di piastrelle di ceramica è stato nel 2009 pari a 1 miliardo di metri quadrati, con importazioni di ceramica pari a 62 milioni di metri quadrati. Nel primo semestre del 2010, a fronte di un consumo continentale in calo del 3%, le importazioni di piastrelle cinesi sono cresciute del +25%.

La ragnatela degli interessi va ben oltre. Portogallo e Spagna vengono, per esempio, visti come Paesi perfettamente adatti alla realizzazione di centri logistici altamente specializzati, al servizio in questo caso non dell'export ma dell'import, soprattutto di prodotti alimentari, di cui entrambi sono forti venditori. In una sola trattativa Pechino ha fornito a Madrid contratti commerciali per 5,6 miliardi di euro, finalizzati a progetti per i trasporti, la logistica, il turismo, l'energia e l'agroalimentare. Secondo il quotidiano portoghese *"Jornal de negocios"*, dopo la visita in Spagna, i rappresentanti cinesi sono sbarcati a Lisbona, con un assegno da 5 miliardi di euro. Lì è sembrato un regalo davvero eccezionale, ma la cifra è poca cosa rispetto ai 2800 miliardi di dollari di riserve in valute occidentali, pronti a entrare in scena, purché il quadro generale dell'economia mondiale non subisca terremoti improvvisi e l'immagine della Cina si rafforzi. Ma sia chiaro, la loro non è un'azione di filan-

tropia. In ballo ci sono infatti i mercati più interessanti in termini di vendite (il 28% delle esportazioni trova come destinazione finale l'Europa) ma ancor più la possibilità di lanciare l'amo per acquisizioni di imprese nei settori considerati strategici per il futuro: per esempio le alternative energetiche e ambientali, la biotecnologia, l'industria ad alto valore aggiunto e perfino la finanza. Il tutto si svolge con molto "savoir faire", non sempre apprezzato in madrepatria. Alcuni giornali ci-

nesi hanno infatti scritto che finora nel fidanzamento fra il loro Paese e l'Europa è quest'ultima ad aver tratto maggiori vantaggi, perché Pechino non ha voluto strafare, allo scopo di evitare un'immagine di strafottenza economica.

Molto meno diplomatica appare la presenza degli asiatici nei Paesi dell'est. In Romania, per esempio, si stanno impostando attività industriali di forte spessore, che guardano all'export verso l'Europa occidentale. Trattori agricoli, automobili, biciclette sono solo una parte dei prodotti che stanno per uscire da fabbriche cinesi in Transilvania o a Timisoara, dove negli anni scorsi gli italiani la facevano da padroni, via via sostituiti da uomini dai tratti orientali. Ma la vera offensiva riguarda l'acquisizione di gruppi anche importanti, dopo i primi passi condotti in Gran Bretagna (è il caso della automobilistica Rover) e in Svezia (Volvo), oltre che di Addax Petroleum in Svizzera, nonché di Cerruti e Marionnaud in Francia, per citare marchi di un certo rilievo. Si calcola che gli investimenti diretti in Europa siano aumentati del 300% negli ultimi sei anni, ma che il loro >



EUROMERCI il mensile di logistica

ATTUALITÀ - INCHIESTE - INTERVISTE - FOCUS



I FOCUS 2011

Gennaio-Febbraio

- Mercato immobiliare
- Express

Marzo

- Trasporto intermodale
- Logistica del food & beverage

Aprile

- Logistica del fresco/freddo
- Logistica del farmaco

Maggio

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

Giugno

- Trasporto marittimo
- Logistica del fashion

Luglio-agosto

- Mercato immobiliare
- Reverse logistics

Settembre

- Logistica del fresco/freddo
- Cargo aereo

Ottobre

- Materials handling & attrezzature per magazzini
- Autotrasporto

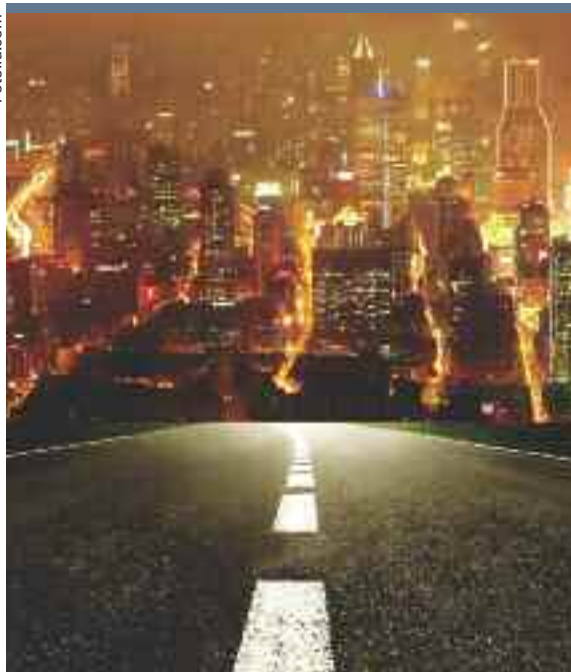
Novembre

- ICT e Software per la logistica
- Logistica sostenibile

Dicembre

- Trasporto intermodale
- City logistics

Fotolia.com



volume sia ancora marginale rispetto a quanto avverrà nel prossimo decennio. E già circolano indiscrezioni su possibili prede, in vari comparti (compresa la logistica).

Tutto questo comporta inevitabili cambiamenti nell'interscambio di merci, con il flusso ovest-est che dovrebbe svilupparsi alla grande, dopo l'avanzata di quello est-ovest. Per gli operatori del trasporto e della distribuzio-

La vera attenzione di Pechino è rivolta però all'acquisizione di aziende specialiste nelle tecnologie

ne ciò comporterà un inevitabile cambiamento di rotta, di cui finora ben pochi si sono resi effettivamente conto, convinti dell'ineluttabilità del sopravvento dell'import in Europa rispetto all'export verso la Cina. E invece proprio i "musi gialli" stanno imponendo una decisa inversione, coscienti del fatto che la vendita di prodotti a basso costo (e spesso anche a scarsa qualità) non è destinata a sopravvivere come strategia economica, considerando anche il costo in aumento del prezzo del petrolio, i cambiamenti epocali in atto nel nord Africa (dove le potenzialità di fabbricare in maniera conveniente diventeranno rilevanti nel prossimo decennio) e il possibile declino socio-politico della vecchia Europa. Tutti fattori determinanti nel convincere Pechino ad aprire un percorso decisamente diverso, più fantasioso e coraggioso rispetto a quanto realizzato finora. E, mentre tutto questo accade, da noi si continua a parlare solo di Parmalat. Svegliamoci, prima che sia troppo tardi! ■



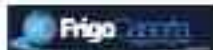
NAV APRE OGNI GIORNO LE PORTE AL SUCCESSO DELLA VOSTRA LOGISTICA

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

www.nav-system.it

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

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



Via S. Tomaso, 1370 47521 Cesena - FC - ITALY
Tel +39.0547.350505 - Fax +39.0547.350500
info@nav-system.it



DAI LIBRI AI GIOIELLI TUTTO È ALLA MANO

Il leader del commercio elettronico adotta un sistema iper efficiente e totalmente manualizzato dell'organizzazione degli ordini. Ecco come.

di Greg Murrin

Senza grande rilievo sui media nostrani, Amazon ha annunciato di voler aprire un centro di distribuzione nel nord Italia, che sarà operativo entro i primi mesi del 2012. Lo scopo? Naturalmente quello di assicurare ai clienti del nostro Paese la consegna della merce con massime precisione e velocità. Già perché il segreto di questa vera protagonista della scena mondiale del commercio elettronico, che ormai ha superato perfino, in termini di fatturato, la maggiore specialista del commercio tradizionale, ovvero Wal-Mart, sta proprio nella logistica. Concepita e sviluppata in maniera molto diversa rispetto a quanto avviene solitamente. Innanzi tutto occorre ricordare che, fondata nel 1994 a Seattle, Amazon ha iniziato a offrire online libri,

ma che ben presto ha ampliato la gamma di prodotti a molti altri settori: nel 1999 all'elettronica e ai videogiochi, nel 2002 ai vestiti, nel 2003 ad articoli per la cucina, lo sport e la bellezza, nel 2004 ai gioielli e nel 2006 agli alimentari. E in seguito si è registrata un'ulteriore espansione, al punto che oggi le referenze si calcolano in ben 14 milioni, allargandosi pure a partner che utilizzano il sito di Amazon versando ricche commissioni. Così i risultati sono ormai straordinari, con suo 1 libro ogni 10 venduto negli Usa, quasi un

centinaio di ordini ogni secondo e un potenziamento che ora punta ai ricambi per le auto e – chissà – magari alle vetture complete.

Ben quattordici milioni di referenze e quasi cento ordini al secondo: tutto questo richiede superorganizzazione

Dietro al tutto c'è naturalmente un'organizzazione distributiva fra le più efficienti al mondo. Statistiche rese note in Francia parlano di un tasso di errore nelle spedizioni bassissimo (0,04%), ottenuto mediante un sistema identico in tutti i magazzini del mondo (dagli Usa alla Cina), ma in continua evolu-

zione. Una delle caratteristiche forti consiste nel fatto che la preparazione degli ordini è eseguita manualmente da quelli che in America vengono chiamati gli "associates", ovvero gli addetti all'esecuzione degli invii, mediante un sistema di scansarizzazione montato sulla mano di ogni addetto. Sperimentazioni di modalità organizzative automatizzate sono state condotte in passato, ma con risultati poco soddisfacenti, il che dipende dal fatto che chi ordina ad Amazon spesso acquista contemporaneamente prodotti assai diversi: per esempio un dvd, un paio di scarpe da tennis e un oggetto per la casa. In simili condizioni risulterebbe difficile impostare una preparazione dei colli che escluda l'intervento della mano umana.





L'altra evoluzione ha riguardato l'adozione del sistema Kaizen, applicato per primo in Giappone da Toyota, con il quale si applicano miglioramenti continui, passo a passo, che coinvolgono tutta quanta la struttura aziendale. Proprio con l'esperienza degli addetti si è per esempio modificato lo stoccaggio delle referenze, che non è più in ba-

se alla tipologia delle merci quanto alla dimensione, scelta mediante la quale si riducono fortemente i tempi di preparazione degli ordini. Con il risultato che i costi distributivi risultano fra i più bassi del mondo e articolati – come tariffa al cliente – con una varietà impressionante di soluzioni, costruite per dare a ogni acquirente la risposta a lui più adat-

ta. A chi emette un ordine fisso mensile di prodotti di uso corrente (per esempio una confezione di gel per i capelli e una di dentifricio) vengono offerti la spedizione gratuita e un prezzo di vendita scontato del 10%, fatto questo che rappresenta un forte motivo di concorrenza rispetto alle tradizionali catene distributive anche via Internet. ■

CERTIQUALITY

IL LEADER DELLA CERTIFICAZIONE NELLA LOGISTICA E NEI TRASPORTI

CERTIQUALITY - Organismo specializzato nella Certificazione dei Sistemi di Gestione Aziendale per la Qualità, l'Ambiente, la Salute e la Sicurezza sul lavoro, l'Energia - 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), l'Energia (EN 16001).



ISTITUTO DI CERTIFICAZIONE DELLA QUALITÀ

Via Gaetano Giardino 4 - 20123 Milano - tel. 02 8069171
fax 02 86465295 - certiquality@certiquality.it

www.certiquality.it

VENEZIA: tel. 041 099.1302/2082 - BOLOGNA: tel. 051 58721.75/86

FIRENZE: tel. 055 577304/9060233 - ROMA: tel. 06 97271.106/090

NAPOLI: tel. 081 5628494 - BARI: tel. 080 3046136

CATANIA: tel. 095 497087/0913262

NUOVI SOCIAL MEDIA VANNO CAVALCATI!

Facebook, Twitter e altre piattaforme stanno davvero rivoluzionando il modo di comunicare. Ma la logistica non se n'è ancora resa conto.

di **Auro Varrani**

Nei processi di cambiamento dell'economia mondiale ce n'è uno dovuto soprattutto ai giovani: è la diffusione rapidissima delle reti o piattaforme cosiddette sociali, quali Facebook, Twitter, ecc. In termini tecnici vengono così definite: sono "social media", che possono assumere differenti forme, inclusi forum internet, message board, blog, wikis, podcast, immagini e video. Le tecnologie includono blogs, condivisione di immagini, videoblogs, wall-postings, email, instant messaging, ecc. Un mondo complicato di tecnologie che stanno travolgendo le modalità tradizionali di comunicazione, abbattendo le frontiere e perfino i governi (come i casi del nord Africa ben dimostrano). Cosa ha a che fare tutto questo con la logistica? Molto, anche se pochi lo stanno valutando attentamente.

Il tema è enorme e quindi iniziamo a trattarlo con approfondimenti specifici. Una delle scoperte più recenti riguarda l'impatto che il pulsante "mi piace", introdotto da Facebook poco più di un anno fa, sta comportando nelle scelte che chi ne analizza i "click" determina a sua volta nelle decisioni delle aziende commerciali e industriali, con impatti rilevanti sulla distribuzione delle merci. Secondo dati diffusi in rete in un anno il "mi piace" ha conquistato il pubblico del-

le reti sociali, arrivando al traguardo incredibile di un miliardo di digitazioni ogni giorno. Ciò significa che nell'arco delle 24 ore è possibile ottenere una massa enorme di informazioni sui trend consumistici e sociali, con una rapidità di risposta impensabile soltanto qualche anno fa. Da questo deriva la necessità di capire come i tempi di reazione del mercato stiano diventando quasi istantanei, portando a un'isteria di decisioni e microstrategie, le quali rischiano di comportare effetti destrutturanti per l'intera catena dell'economia. Ma così è e a nulla servono le lamentele e perfino le controversie che stanno venendo a galla. C'è chi dice: è sbagliato considerare verità assoluta un "click" spesso determinato più dall'istinto che dal ragionamento. Ma siccome l'impulsività è all'origine della maggior parte delle scelte umane – specialmente nei consumi – questa critica appare poco credibile, soprattutto in termini di marketing.

Lo dimostra il fatto che il pulsante "I like" o "mi piace" (oppure tradotto nelle altre lingue del mondo) di Face-

book si diffonde con una rapidità incredibile, estendendosi perfino a settori considerati immuni da analisi di grande comunicazione. Ciò significa che ha un valore intrinseco enorme. Lo attesta d'altra parte l'impiego del "+1" da parte di Google, la quale ha ammesso la sua enorme efficacia in termini di marketing "low cost". Oggi, infatti, bisogna impiegare idee semplici, rapidissime e basso costo per promuovere in maniera sicura prodotti o servizi. Da questo punto di vista la logistica è in ritardo, perché troppo spesso guarda al clien-

**Il click "mi piace"
di Facebook
attira un miliardo
di digitazioni
ogni giorno!
Il che comporta
stravolgimenti**

Fotolia.com



te diretto – il produttore, il distributore, ecc – dimenticando il cliente indiretto, ossia il consumatore finale, che è colui cui spetta la decisione terminale nella lunga catena delle scelte.

Il fatto che la pubblicità stia spostandosi verso le piattaforme sociali, con investimenti ormai di parecchi miliardi di dollari, avvalorata come i grandi decisori del marketing siano consapevoli della svolta in atto, anche perché si preoccupano delle cosiddette “situazioni critiche” lamentate nei blog. E spesso proprio la logistica - nelle sue diverse manifestazioni - viene presa di mira, per inefficienze, ritardi, costi aggiuntivi o mille altri problemi, con una rapidità di cui non si tiene conto, anche perché i “social media” lavorano ventiquattro ore al giorno, mentre le aziende sono operative solo per una parte della giornata. Scoppia un bubbone e la reazione è immediata, comportando danni d'immagine cui poi bisogna porre rimedio con azioni a lungo termine e magari assai costose. Sostiene KlikZ, una delle migliori fonti in materia: *“Nei prossimi mesi si prevede che l'attenzione dei leader mondiali dei beni di consumo, in termini di misurazioni e analisi, andrà in tale direzione, per essere in grado di controllare il ritorno economico, anche indiretto, generato dalle proprie iniziative su questi tipi di siti; per esempio, includendo inviti all'azione nei propri messaggi, allo scopo di aiutare la misurazione dei risultati”*. E' iniziata una rivoluzione! ■



SEBINO

FIRE PROTECTION®

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

SEBINO
FIRE PROTECTION®

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

www.sebino.eu

PER FARLI CONOSCERE SI PARTE DAL LICEO

Un workshop ha concluso la prima fase della campagna ScuolAmbiente, che è stata realizzata con successo da Reloader in collaborazione con il Liceo Scientifico Majorana di Roma.

di **Marina Melissari**

Segretario nazionale dell'Associazione RELOADER onlus – www.reloaderitalia.it e Amministratore delegato di SGL Logistica

Grande entusiasmo al workshop di presentazione dei risultati dei lavori e delle iniziative condotte nell'ambito della campagna ScuolAmbiente dal titolo "Il valore del recupero: i RAEE da fattore entropico a fattore di sostenibilità". Il workshop, inserito nell'ambito della settimana della cultura scientifica del Liceo Majorana giunta alla sua undicesima edizione, ha visto la partecipazione tra gli altri di Roberto Vacca, di Flavio Fontana dell'Enea, di Gianfranco Caprioli e del professor Stelio Venceslai. I ragazzi delle quarte classi C, D e G del Majorana hanno passato al setaccio i RAEE, studiandone tutti gli aspetti con puntualità e accuratezza. Le loro relazioni – già disponibili all'indirizzo www.reloaderitalia.it e sul sito della scuola – abbracciano un panorama completo di argomenti che definisce e fotografa tutto il sistema dei RAEE e della loro corretta gestione. Si va dai temi tecnico-scientifici (come le procedure di raccolta e di recupero, la qualità e quantità dei metalli preziosi presenti, la chimica dei RAEE e degli inquinanti contenuti con la relativa valutazione degli im-

Gli studenti hanno raccolto circa 3 tonnellate di rifiuti RAEE e realizzato un opuscolo informativo, un video e uno spot

patti biochimici sull'ambiente e di quelli patologici sull'uomo e le specie viventi) ai temi giuridici (le normative nazionali ed europee, gli obblighi e le sanzioni) e alla disamina delle auspicabili strategie economiche e sociali per la gestione integrata dell'ambiente in chiave di riduzione e prevenzione dei rifiuti, di risparmio

energetico e di lotta alle ecomafie. Si è parlato di innovazione, di fare "rete" tra i giovani per disegnare un modello comune di responsabilità civica, di portare quest'esperienza in altre scuole e in altri quartieri e città. E, ancora, i ragazzi della quarta D hanno raccontato tante storie di riciclo in campo industriale, artistico e anche sociale.

E' stato presentato pure il resoconto della giornata speciale di raccolta dei RAEE, organizzata presso la scuola il 19 marzo scorso, che è stata una "festa del papà" speciale, di suc-



cesso sotto diversi punti di vista: sono state raccolte 2,8 tonnellate di rifiuti elettrici ed elettronici, si è registrata una numerosa presenza di abitanti del quartiere che si sono fermati ad approfondire il tema e richiedere informazioni e, non meno importante, gli studenti hanno partecipato all'avvenimento con grande entusiasmo, a partire dall'elaborazione e distribuzione dei volantini di promozione dell'iniziativa, coinvolgendo le famiglie ed altri ragazzi del quartiere e lavorando insieme agli addetti di Stile, l'operatore certificato che ha preso in carico gratuitamente i RAEE conferiti.

Nel corso della raccolta è stato testato sul campo un opuscolo su cosa sono i RAEE e come disfarsene, realizzato, stampato e distribuito nell'occasione. L'opuscolo, **allegato a questo numero di Euromerci**, è stato giudicato dagli abitanti del quartiere che hanno conferito i rifiuti un necessario strumento informativo, a conferma di quanto rilevato dall'indagine Ipsos condotta ai primi di marzo per il consorzio Ecodom, secondo la quale il 71% degli italiani non sa cosa sono i RAEE e ancora meno conosce il loro impatto sull'ambiente, nonché come e dove buttarli. I ragazzi hanno chiuso il workshop presentando un video-spot realizzato da Riccardo Alexander della IV G. E' un memento in musica e immagini, in particolare agli altri giovani, a non buttare indiscriminatamente i RAEE: *"Noi abbiamo cominciato – dicono – imitaci e continuiamo insieme!"* ■

IL PROGETTO IN SINTESI

Il progetto ScuolAmbiente, organizzato da **RELOADER** in collaborazione con l'**Istituto Majorana - Liceo Scientifico di Roma** nel quartiere Spinaceto, con il patrocinio dell'ENEA e il contributo di SGL Logistica e Stile, si è posto l'obiettivo di diffondere la cultura del riciclo in una chiave di responsabilità civica "attiva" presso gli studenti della scuola superiore, per la tutela dell'ambiente nella dimensione urbana, in particolare per quanto apparecchiature elettriche ed elettroniche e dei loro accessori. L'iniziativa, che non ha precedenti a Roma e nel Centro Sud, ha coinvolto gli studenti in una serie di attività dentro e fuori la scuola, allo scopo di sviluppare e disseminare una cultura del recupero allargata alle loro famiglie, ai docenti, agli abitanti del quartiere, ai numerosi centri commerciali, alle altre scuole del territorio, che costituiscono il primo tessuto urbano in cui essi vivono e agiscono. Gli studenti hanno seguito un ciclo di otto seminari sulle principali tematiche legate al campo dei RAEE e hanno progettato e realizzato la campagna di sensibilizzazione alla tutela dell'ambiente nel quartiere e di promozione della giornata di raccolta. L'iniziativa è stata possibile grazie alla collaborazione della **preside prof. Fausta Grassi** e delle **insegnanti di scienze prof. Francesca Marasini e Paola Rampa** e si è avvalsa, per i percorsi didattici e organizzativi, del contributo di alcuni membri del comitato tecnico scientifico di RELOADER tra cui **Piergiorgio Landolfo** dell'ENEA, **Roberto Zollo** di Theorematica/TRS, la **prof. Tina Santillo** dell'Università Federico II di Napoli, **Paolo Serra** della SGL Logistica e di **Riccardo Bucci** di Stile.



GLI ITALIANI NON NE SANNO MOLTO

Solo il 14% degli italiani li definisce in modo preciso, il 15% ne ha una conoscenza "discreta", mentre il 71% non ne sa nulla. Il 21% dei cittadini italiani non sa cosa siano le isole ecologiche; il 24% non ha mai utilizzato un'isola ecologica. Anche per quanto riguarda l'obbligo del ritiro gratuito del RAEE da parte del rivenditore al momento dell'acquisto di una nuova apparecchiatura equivalente (il cosiddetto ritiro "uno contro uno"), il livello di conoscenza è molto basso: solo il 17% degli italiani, infatti, sa che esiste questo obbligo, il 53% ne ignora l'esistenza, mentre il 30% ne sa qualcosa, senza però conoscerne i dettagli. Tra le soluzioni proposte dagli italiani per diminuire l'impatto ambientale derivante da una non corretta gestione dei rifiuti elettrici ed elettronici, le più significative sono:

- l'aumento delle iniziative di comunicazione e informazione rivolte ai consumatori (28%);
- la realizzazione di prodotti meno inquinanti, che non contengano sostanze nocive per l'ambiente (17%);
- sanzioni più severe per i trasgressori che abbandonano i RAEE o li smaltiscono in modo scorretto (16%);
- la segnalazione sul prodotto delle modalità di corretta gestione dei RAEE da parte delle aziende produttrici (15%);
- l'educazione scolastica sul tema ambientale (11%);
- il corretto esempio che viene dato in famiglia (11%).

Fonte: Indagine IPSOS per il Consorzio Ecodom; marzo 2011

POLO DI MORTARA TEMPO DI BILANCI

In un convegno presso la sede della struttura, la società TIMO, che gestisce il terminal, fa il punto dell'attività (positiva) fin qui svolta.

di **Natalia Vallauri**

Il quadro presentato a Mortara, nel corso del convegno 'Interporto di Mortara, gateway pilota tra l'Europa e il Mar Ligure' è positivo: a poco più di un anno dalla inaugurazione del T.I.MO. Terminal Intermodale di Mortara, il traffico verso l'Olanda (Venlo e Rotterdam) gestito da Shuttlewise è passato da tre treni a settimana a un treno giornaliero con un livello massimo di saturazione dei vagoni (una media del 97%). Lo ha detto Andrea Astolfi, AD del polo logistico che ha anticipato come l'obiettivo sia di "arrivare a regime a 9-13 coppie di treni al giorno, essendo favoriti dalla posizione strategica di Mortara, all'intersezione del corridoio Genova-Rotterdam e del corridoio dei 2 Mari Lisbona-Kiev che sta favorendo il dialogo e la collaborazione con i porti liguri, essendo proprio Mortara un nodo strategico di collegamento fra la Liguria (e in par-

ticolare il porto di Savona) e la Germania, coerentemente alle linee di sviluppo del progetto europeo Transitecs (Transalpine Transport Architects) che si propone, appunto, di promuovere il trasporto intermodale gomma-ferrovie navigabili attraverso l'individuazione di progetti-pilota di collegamento tra Lombardia, Austria e Germania".

Astolfi ha anche ricordato come il polo abbia scelto, in modo anomalo rispetto ad altre strutture simili, di puntare da subito sul terminal ferroviario e non sulla logistica. Transitecs vede come capofila l'Associazione tedesca per lo sviluppo abitativo, urbano e dello spazio ambiente, coinvolgendo altri 15 partner italiani, tedeschi, austriaci e sloveni. Tra questi la Regione Lombardia che mira ad aumentare la competitività delle imprese di trasporto e logistica e di definire due progetti pilota di

collegamento con Austria e Germania, in collaborazione con imprese, associazioni di categoria, operatori di trasporto intermodale, 3PL, camere di commercio e istituzioni, avendo individuato le potenzialità di Mortara come gateway. Le numerose convergenze dei programmi di sviluppo, portati avanti da TIMO con gli obiettivi del progetto Transitecs, lo hanno indicato come sede di uno dei progetti pilota per lo sviluppo di un traffico intermodale non accompagnato fra i porti liguri e il Nord Europa. Un progetto fondato su basi concrete dal momento che la relazione ferroviaria verso Germania/Olanda è già attiva e che a ottobre è stato firmato un protocollo d'intesa fra TIMO e l'Autorità Portuale di Savona per sviluppare servizi di shuttle ferroviario fra le due strutture. Entro breve si avrà l'avvio di 4 coppie a settimana di treni fra Vado e Mortara



per il trasporto di tankcontainer con materiale chimico (come additivi per lubrificanti), che giunti al TIMO verranno trasbordati per proseguire sui treni verso il Benelux e l'area della Ruhr. Anche questi nuovi treni saranno gestiti da Shuttlewise, ma la trazione sarà affidata a Serfer, che fornisce la manovra sia a Savona che a Mortara.

Il presidente della Autorità Portuale di Savona, Rino Canavese, ha confermato l'acquisto di 4 locomotive elettriche e la programmazione di relazioni fisse su Rivalta Scrivia, Mortara e Mondovì. Per sgomberare rapidamente le banchine a mare e avere aree a disposizione nei retroporti di pianura la ferrovia è considerata il mezzo migliore, assieme alla volontà di svincolarsi dalle mo-

dalità operative obsolete e farraginose delle Ferrovie dello Stato e degli operatori tradizionali della manovra sulle linee portuali. L'obiettivo degli organizzatori del progetto Transitecs consiste nell' *"utilizzare questo primo shuttle per dimostrare la fattibilità e la convenienza di un sistema più ampio di collegamenti gateway fra i porti liguri e la Germania, in particolare le aree del Sud-Ovest tedesco come il Baden-Württemberg i cui rappresentanti politici ed economici hanno espresso il loro interesse a puntare sulle strutture portuali liguri per gestire il previsto forte aumento del flusso delle loro esportazioni alla volta del Far East e del Nord Africa"* conferma Davide Muzio, consigliere di TIMO. *"Il progetto finanzia nuovi collegamenti, ma ha lo scopo di*

promuovere l'incontro fra domanda e offerta e la partnership fra i terminali" ha ricordato Carlo Vaghi, project manager di Transitecs. Il sottosegretario ai Trasporti Giachino ha ricordato come in Europa la congestione del traffico conti per l'1% del Pil ma in Italia questo costo salga al 2% e ha introdotto l'idea di un fondo rotativo per la logistica, da finanziare con un piccolo prelievo sui traffici. Altra idea di Giachino è la penale da addebitare al committente (42 euro, una decisione sarà presa a breve, all'interno del Piano della Logistica) se i tempi d'attesa per il trasportatore superano le 2 ore, così come la creazione di una Piastra logistica del Nord-Ovest fra Liguria, Piemonte e Lombardia per evitare concorrenze e dispute di campanile. ■







L'EFFICIENZA CHE DESIDERI DA UN SISTEMA DI PICKING.

Vanderlande Industries, 60 anni di automazione per la logistica.

www.vanderlande.com






L'efficienza industriale è un valore. Via G. Falleri 29/A - 20147 Milano (MI) - Italia - info@vanderlande.it - tel. +39 02 87111111 - fax +39 02 87111111

FIEGE CONQUISTA LA CITTÀ ETERNA

Lo fa inaugurando un centro di 40 mila mq a Colleferro, dove sono stoccati beni di largo consumo; prevista pure una sezione pharma.

di **Massimo Ghinolfi**

A Colleferro si è tenuta la cerimonia di inaugurazione del nuovo centro di Fiege, a circa quaranta chilometri dalla capitale, in posizione ottimale grazie alla vicinanza con lo svincolo dell'autostrada A1 Milano-Napoli. Grazie alla felice posizione sono quindi facilmente raggiungibili anche le infrastrutture di riferimento del porto di Civitavecchia e di Napoli, nonché gli aeroporti di Fiumicino e di Ciampino. Il centro logistico multicliente Fiege - la cui prima pietra era stata posta nel luglio del 2009 - copre un'area di 40.000 metri quadrati divisi in quattro sezioni quasi di pari metratura. Qui Fiege effettua stoccaggio e lavorazione dei beni di largo consumo per i quali, oltre alle tradizionali attività legate all'handling del prodotto (scarico, allocazione, sorting, picking, carico), fornisce un'ampia gamma di

servizi che consentono di ridurre il time to market e di generare efficienza in termini di costi e servizi. Alla gestione dei prodotti farmaceutici è stata dedicata invece una

L'azienda, pur tra i leader del settore, mantiene la sua caratteristica di gruppo a conduzione familiare

sezione a temperatura controllata.

Il discorso di benvenuto è stato affidato al direttore sviluppo marketing e comunicazione Paolo Catalano, che ha da-

to in seguito la parola al rappresentante della proprietà. Heinz Fiege, dopo aver illustrato gli sviluppi dell'azienda che, fondata nel 1873 da Joan Joseph Fiege, è giunta a essere uno dei primi 3PL europei, presente in 18 Paesi con un totale di 222 centri logistici e più di 20 mila dipendenti. A seguire è intervenuto Stefano Vincinelli, amministrato-

re delegato Italia e direttore dell'area Europa Meridionale, che ha illustrato i progressi compiuti da Fiege nel campo della logistica e ha sottolineato come il punto di forza del gruppo sia quello di essere nato e di rimanere un'azienda che, seppure fra i leader del settore, mantiene la sua caratteristica di società a conduzione familiare. Vincinelli ha inoltre spiegato che *"l'impianto di Colleferro ricopre un'importante posizione strategica perché il polo si pone al centro dell'asse ideale Palermo-Berlino che forma, insieme a Lisbona (punto di partenza del corridoio Lisbona-Kiev) una delle direttrici che attraversano l'intera Europa"*. Al termine dell'incontro il sindaco di Colleferro, Mario Cacciotti ha fra l'altro ricordato che *"l'avvio dell'attività nel polo di Fiege segna l'inizio di una nuova disponibilità di posti di lavoro che il nostro territorio reclama e dei quali abbiamo estrema necessità"*. È stato quindi il momento dell'immane taglio del nastro. ■



V

E D I

M E G L I O

G R A Z I E

A I N O S T R I

N U O V I M O N T A N T I

A G R A N D E V I S I B I L I T A

"C'È 'ATTENDISMO', MA SIAMO OTTIMISTI"

Gli eventi geopolitici frenano gli investimenti in automazione, ma fare del catastrofismo non serve. Parola dell'AD del system integrator italiano.

di **Ornella Giola**



ERMANNO RONDI

La legge sulla detassazione degli investimenti, la "Tremonti Ter", ha fatto sì che le domanda di nuovi impianti si concentrasse nella prima parte dell'anno. Il che ha ovviamente creato una tensione notevole a realizzare soluzioni entro il mese di giugno". Alla nostra domanda sui trend del mercato 2010 risponde così Ermanno Rondi, AD di Incas Group, system integrator italiano con un fatturato di 22 milioni di euro e una presenza non solo nel nostro Paese, ma anche internazionale (in Brasile, Usa, Nord Africa e Spagna).

UN ANNO "CONCENTRATO" QUINDI IL 2010?

■ Di fatto l'iniziativa governativa non ha prodotto un "surplus", ma solo una concentrazione di lavoro nel primo semestre 2010, con quindi una sorta di blocco per l'elevato picco di una do-

manda ristretta in uno specifico lasso temporale. Va comunque osservato che - per quel che riguarda la nostra azienda - il 2010 ha recuperato quanto perso nel 2009, anche se non così si può dire per tutto il settore e per tutti i suoi attori. Rimane però consistente il problema della marginalità, con richieste di sconti e una forte attenzione al prezzo da parte dei clienti.

E IL 2011 COSA STA RISERVANDO?

■ Si presenta come un anno positivo nelle premesse e nei volumi, ma ancora notevole è lo stress sui mercati sui quali hanno inciso notevolmente certi fatti politici (rivoluzioni in Nord Africa, in primis) e contingenti (terremoto nel Giappone). A fine 2010 si iniziavano a intravedere investimenti importanti da parte dei gruppi manifatturieri di grandi dimensioni per la seconda metà del 2011 e la prima parte del 2012, ma adesso si assiste a una sorta di pausa di riflessione che ha fatto slittare i piani di investimento di almeno sei mesi. E ciò vale tanto per le grandi quanto per le piccole realtà produttive.

QUINDI IL MERCATO È FERMO?

■ No, ma assistiamo a una situazione in cui prevalgono investimenti più contenuti e abbastanza continui, ma si ha come una mancanza di prospettiva e di visione a lungo termine. Si sta alla finestra, affrontando il "day by day", come se si navigasse a vista.

ATTENDISMO UGUALE A PESSIMISMO?

■ Nel complesso direi di no. Almeno per quel che riguarda il gruppo Incas siamo moderatamente ottimisti, con un 2011 dal fatturato stabile e con qualche miglioramento a livello di marginalità. Delineare scenari apocalittici non serve gran che. Più in generale il 2011 sarà ancora un anno di transizione e di preparazione a quando la ripresa ci sarà (probabilmente a fine 2012). E una riprova di questo "sentiment" è la nostra decisione di non uscire da nessuno dei mercati ora fermi per motivi politici (Nord Africa) o economici (Spagna).

È VERO CHE L'AUMENTO DELLA DOMANDA DI OUTSOURCING LOGISTICO DA PARTE DELLE AZIENDE PRODUTTIVE HA FAVORITO INVESTIMENTI NELL'AUTOMAZIONE DEI MAGAZZINI OCCUPATI DAI 3PL?

■ Gli investimenti in questo preciso segmento sono ancora complessivamente contenuti, anche se in effetti si registra un'inversione (positiva) di tendenza. In ogni caso il livello di automazione dei magazzini dei 3PL in Italia è ancora lontano da quello che si registra nel nord Europa, dove automazione è in primo luogo sinonimo di qualità, velocità e precisione del servizio e solo in un secondo tempo abbattimento dei costi.

A COSA È IMPUTABILE QUESTO "GAP"?

■ Da noi le cooperative svolgono ancora un ruolo importante e hanno un note-

vole peso specifico, rallentando di fatto il processo di automazione dei magazzini. In prospettiva credo che questo ruolo continuerà a essere tale: visto l'afflusso di possibile manodopera dalle aree calde del Nord Africa, le cooperative avranno un compito ancor maggiore di "equilibratore sociale". A tutto questo va aggiunto anche il tessuto economico italiano che strutturalmente condiziona anche la nostra logistica, con un netto predominio di PMI ben radicate sul territorio e non sempre disposte a terziarizzare la logistica.

MA NON ESISTONO CASI DI ECCELLENZA?

■ Senza dubbio, l'ultimo in ordine di tempo riguarda un magazzino farmaci ospedalieri di Area Vasta Emilia Nord che prevede l'assegnazione in outsourcing del servizio, ma con inserito un buon livello di automazione. Al termine del contratto l'ASL riacquisterà, a valore definito, l'impianto automatico. Una scelta decisamente lungimirante perché consente al gestore di effettuare investimenti in automazione indipendentemente dalla durata del contratto.

GLI EVENTI POLITICI NORD-AFRICANI HAN-

NO INCISO ANCHE SUL VOSTRO BUSINESS?

■ Se avessi rilasciato l'intervista prima di Natale, avrei detto che una delle aree in cui stavamo investendo di più era la Tunisia. I noti fatti politici hanno fermato tale processo. Vorrei tuttavia precisare che dal 2008 a oggi si assiste a un fatto anomalo: l'andamento degli ordini segue esattamente quello delle borse; se queste salgono si fanno investimenti in automazione, altrimenti si sta fermi. Il mercato è quindi incerto e volatile, dove i fatti di Grecia e Irlanda uniti a quelli di Maghreb e Giappone hanno ulteriormente appesantito la situazione.

SU QUALI SETTORI INVESTIRETE?

■ Crediamo nella logistica del farmaco e specialmente ospedaliero, settori piuttosto vergini nel nostro Paese e con caratteristiche che si sposano bene con quello che la nostra azienda può offrire. Qui c'è soprattutto da "integrare" e in qualità appunto di "system integrator" siamo decisamente a nostro agio e al posto giusto. Punteremo poi ancora con maggior convinzione sui processi di ottimizzazione dei trasporti, un comparto che sta infatti modificando il suo approccio culturale, con attenzioni



e indirizzi inediti, dal momento che gli operatori hanno bisogno di razionalizzare costi e tempi di spostamento e movimentazione delle merci.

C'È QUALCHE NOVITÀ PER QUEL CHE RIGUARDA I PRODOTTI INCAS?

■ Una segnalazione merita PAMS, Predictive Analysis Monitoring System, un servizio di monitoraggio delle potenziali situazioni di anomalia. Il modulo PAMS analizza gli stati di funzionamento del sistema e segnala, tramite messaggi automatici diretti ai responsabili, le situazioni critiche che hanno superato una soglia predefinita di controllo, consentendo di intervenire preventivamente, riducendo costi e fermi di impianto. E' una soluzione dietro la quale ci sono anni di studi e analisi da parte di Incas e che ne sintetizza tutto l'expertise.

LE SOLUZIONI DI INCAS HANNO VARCATO I CONFINI NAZIONALI



Archivio Incas

INCAS, IN QUANTO INTEGRATORE DI SISTEMI, OFFRE IN PRIMO LUOGO LOGICA E SOLUZIONI DOVE L'INFORMATICA SVOLGE UN RUOLO IMPORTANTE. IL MERCATO HA RECEPITO QUESTA VOSTRA PECULIARITÀ?

In effetti di aziende così complete come la nostra non ve ne sono molte a livello nazionale. E il mercato ci sta dando segnali sempre crescenti di apprezzamento. all'interno del nostro sito www.incasgroup.it si può visionare la globalità delle nostre soluzioni e dei nostri servizi. Un solo interlocutore per l'automazione di tutta la catena logistica, dall'attraversamento della produzione alla distribuzione e al controllo/gestione della consegna. ■

CON "LED" PIÙ LUCE A UN MINOR COSTO

Questo tipo di illuminazione rappresenta una rivoluzione epocale. Scopriamo i vantaggi di una soluzione che presto sarà standard.

di Luca Maranesi

L'illuminazione è un fattore fondamentale che agevola e rende più sicuro lo svolgimento naturale delle nostre azioni quotidiane. Negli ambienti in cui si svolgono attività lavorative è indispensabile quindi predisporre un'illuminazione adeguata per creare le migliori condizioni, al fine di favorire l'esecuzione del lavoro tutelando al tempo stesso la sicurezza e la salute dei lavoratori. Tali condizioni si conseguono quando gli ambienti di lavoro possiedono sufficiente luce naturale e sono provvisti di un'ideale illuminazione artificiale, tale da non provocare stanchezza e affaticamento visivo con ripercussioni sulla qualità del lavoro e sulla salute del lavoratore. In quest'ottica la svolta della tecnologia LED nell'illuminazione costituisce una rivoluzione epocale nel panorama dell'illuminotecnica.

Le potenzialità legate a questa innovazione tecnologica hanno posto le basi affinché i diodi a emissione luminosa (LED) in un futuro prossimo possano divenire la fonte di illuminazione standard in Europa e nel resto del mondo. A loro favore giocano sicuramente il risparmio economico e il rispetto per l'ambiente, unitamente a quei benefici visivi non presenti

Le lampade a LED emettono luce continua, evitando stress e affaticamento visivo. Sono pure poco inquinanti

nella quasi totalità delle sorgenti luminose tradizionali (tubi fluorescenti, lampade al sodio ad alta pressione, al mercurio, agli ioduri metallici). I dispositivi basati sulla tecnologia LED infatti hanno un potenziale di luminosità quattro volte maggiore di lampade fluorescenti e a filamento di tungsteno. In più emettono una luce continua, causando quindi poco stress per gli occhi e

consentendo un sensibile alleviamento dell'affaticamento visivo durante le ore di lavoro. I LED inoltre sviluppano pochissimo calore, sono alimentati a basso voltaggio, non generano rifiuti nocivi per tutta la loro vita (al contrario della maggior parte delle lampade tradizionali, che contengono mercurio). Sono considerati la fonte di illuminazione più sicura al mondo.

Importante mettere in rilievo come l'illuminazione a tecnologia LED consumi molto meno energia elettrica delle tradizionali lampadine, basti pensare che una luce emessa da un

Fotolia.com



lampadina a LED da 6w è pari a quella emessa da una lampadina a filamento da 60w, risultando quindi fondamentale nella riduzione dei costi legati all'energia elettrica; tutto ciò si traduce in ingenti risparmi sui costi energetici se pensiamo a grosse superfici da illuminare come ad esempio aziende o magazzini di stoccaggio merci. In aggiunta va evidenziato che i corpi illuminanti a LED hanno una vita utile molto lunga (fino ad oltre 50.000 ore), almeno 5 volte superiore rispetto alle tecnologie tradizionali e richiedono interventi di manutenzione minimi, a tutto vantaggio dei costi di gestione e della continuità di servizio.

La scelta di adottare un'illuminazione a LED risulta vincente anche sotto il profilo della *corporate social responsibility*, con una conseguente riduzione delle emissioni di CO2 nell'atmosfera che danno la possibilità di ottenere il diritto di TEE o "certificati bianchi". Ad avvalorare quanto

L'ESEMPIO WISSENLUX

Wissenlux è un'azienda specializzata nell'illuminazione a LED ed è il primo produttore di applicazioni con tecnologia LED dedicate a una clientela business, in grado di fornire illuminazione diffusa per interni ed esterni (impianti industriali, magazzini, uffici, aree di sosta) altamente competitiva. Gli oltre due milioni e mezzo di euro investiti in R&D hanno consentito a Wissenlux di individuare soluzioni proprietarie protette da brevetti internazionali che la pongono nella posizione di leader tecnologico in questo mercato e che le hanno permesso di diventare fornitrice di importanti gruppi italiani ed esteri (tra gli altri Autostrade per l'Italia, Bayer Sheet Europe, Baxter, Carrefour, Mapei, Whirlpool Europe e tanti altri). Wissenlux crede fortemente nell'illuminazione innovativa e negli enormi vantaggi che la tecnologia LED è in grado di fornire in questo campo: notevole riduzione dei consumi energetici e dei relativi costi, minor emissione di CO2, manutenzione ridottissima, il tutto con una più elevata qualità della luce e performance illuminotecniche ai massimi livelli. Nello specifico *"Le soluzioni LED di Wissenlux – afferma il presidente Francesco Cecchini Manara – permettono di ridurre il consumo energetico di un valore compreso tra il 50 e l'80% rispetto ai normali sistemi di illuminazione"*. A questo si aggiunge il fatto che il ciclo di vita di un impianto a LED è decisamente maggiore rispetto le tradizionali sorgenti luminose, garantendo inoltre una performance qualitativamente alta e costante nel tempo (parliamo di oltre 60 mila ore certificate contro le massimo 20 mila delle tecnologie tradizionali). Da considerare poi che Wissenlux offre soluzioni LED con un livello di manutenzione bassissima (con conseguente taglio sui costi relativi), in quanto un apparecchio a LED è intrinsecamente affidabile e le situazioni di rottura sono molto rare. Significativi anche i risultati raggiunti nella riduzione delle emissioni di anidride carbonica, un aspetto sempre più importante per le imprese. Wissenlux è inoltre specializzata in operazioni di revamping degli impianti: in questi casi è importante poter disporre, come per Wissenlux, di apparecchi illuminanti con performance tali da consentire la trasformazione degli impianti mantenendo il medesimo numero di apparecchi e la medesima disposizione degli stessi, in modo da non dover rifare anche l'impianto di distribuzione elettrica. Wissenlux, leader nei progetti di conversione degli impianti, è in grado di sostituire gli apparecchi esistenti con un ugual numero di corpi LED, migliorando le prestazioni illuminotecniche, riducendo i costi energetici tra il 50 e l'80% e gli interventi di manutenzione dell'80%.



sopra riportato vi è un recente studio del Dipartimento dell'Energia degli Usa secondo il quale sostituendo negli States nei prossimi venti anni l'attuale illuminazione stradale urbana con tecnologia LED si potrà:

- diminuire il consumo di energia elettrica del 62%,
- ridurre le emissioni inquinanti di 250 milioni di tonnellate di CO2,
- evitare la costruzione di 153 nuove centrali elettriche.
- avere risparmi complessivi per 115 miliardi di dollari di finanziamenti non necessari per la costruzione di nuove centrali elettriche.

TRA COURIER E PMI E' QUASI UN AMORE

Uno studio Demoskopea commissionato da Ups evidenzia come i servizi espressi aiutino le nostre imprese nella competizione globale.

di Giovanni Cristaldi

L "picco" della crisi economica pare sia passato e si registrano, in molti casi, inversioni di tendenza che lasciano ben sperare.

È necessario, quindi, "cavalcare" la pur minima timida ripresa e agevolare, per quanto sia possibile, l'economia nazionale che, come è noto, è formata in gran parte da aziende medio piccole con meno di dieci dipendenti e che hanno grande difficoltà nella competizione globale. Un grande aiuto lo possono dare i servizi dei corrieri espresso ed è su questo tema che è stato commissionato uno studio particolareggiato da parte di Ups e realizzato da Demoskopea sull'utilizzo degli express courier nel nostro Paese. Criticità e vantaggi sono stati attentamente analizzati e non sono mancate le conferme, affiancate da alcuni dati inattesi.

All'evento sono intervenuti, oltre all'AD di Ups Italia Frank Sportolari, anche Marco Nardi, presidente di Unionmeccanica Confapi, Giovanni Leonida, vice presidente di Assologgistica, nonché Maurizio Cittone, amministratore delegato del gruppo Comei & Co. creatore delle linee di piumini e abbigliamento Add, Anno Zhero e 313, ha sottoposto all'attenzione dei presenti un "case study"

sulla sua azienda. Nelle parole di Sportolari è riassunta la principale ragione dello studio. *"Abbiamo in-*

**Seicento
le aziende
intervistate,
tutte con una forte
propensione
all'internazionalizzazione**

tervistato 600 aziende rappresentative per l'economia Italiana, ma anche potenzialmente interessanti per il nostro core business, ovvero piccole e medie imprese produttive con una pro-

pensione all'internazionalizzazione - ha spiegato l'AD di Ups - *Tali aziende sono il motore per lo sviluppo economico del Paese*". Dall'indagine Demoskopea emergono dati che contribuiscono a fotografare la complessa realtà economico/produttiva Italiana, oltre a indicare le criticità e le eventuali correzioni da applicare all'attuale offerta dei servizi degli express courier. Ma è l'eccessiva burocratizzazione per l'avviamento delle attività (avvertita dal 26% del campione) che ha spinto (e continuano a farlo) realtà produttive Italiane ad emigrare, mentre esternalizzare il trasporto oggi è una pratica ricorrente e il dato relativo all'incremento da parte delle aziende dei servizi dei courier è chiaro ed inequivocabile, così come è chiaro che nei prossimi anni circa il 24%

delle aziende intervistate prevede di aumentarne ulteriormente l'uso.

Leonida ha colto l'occasione per il suo intervento riallacciandosi a un dato che indica come le aziende intervistate non sarebbero, se non in minima parte (circa il 33%), interessate a un'offerta di integrazione dei servizi express courier con il loro magazzino. Ed è sottolineando tale dato che ha commentato come *"nel nostro Paese - fortemente manifatturiero e posizionato al secondo posto mondiale per produzione pro capite - una forte esternalizzazione logistica è vitale per la competitività, sia per raggiungere i mercati esteri,*



sia per ottimizzare le scorte che oggi sono il punto nevralgico dei costi delle imprese private e pubbliche come quelle sanitarie. L'esternalizzazione logistica è la sfida vincente che mette a disposizione delle PMI strumenti che diversamente sarebbero irraggiungibili per gli alti investimenti che comportano". E' necessario, insomma, puntare sulla cultura logistica nel bel Paese. Assologistica dal canto suo lavora da anni per l'accogliimento da parte dei decisori di questioni vitali per la competitività e la crescita delle imprese italiane sui mercati internazionali. Un primo risultato positivo è stata l'attivazione dell'Agenzia delle Dogane per la realizzazione dello Sportello Unico. Un dato sostanzialmente positivo è, invece, che tra le aziende intervistate emergano quelle che pensano a un futuro positivo per il nostro Paese. I dati illustrati hanno fornito spunti di riflessione per capire, ancora una volta, come il nostro bel Paese sia così "unito" nelle sue inevitabili differenze sociali, culturali, economiche e strutturali.



I VANTAGGI PERCEPITI AREA PER AREA

In generale le aziende del nord ovest percepiscono più miglioramenti derivanti dall'uso del corriere espresso. Al sud sono più sentiti i temi della semplificazione delle fatturazioni e della logistica.

AREA GEOGRAFICA				
	NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD
Ho migliorato la visibilità sullo status delle spedizioni	73	60	66	60
Ho ridotto i tempi di consegna	72	56	50	66
Preparare le spedizioni è più facile	71	53	48	61
Ho migliorato la gestione delle pratiche doganali	49	30	25	32
Ho semplificato la fatturazione, controllo meglio i costi	27	24	30	44
È migliorato il livello di soddisfazione dei clienti	53	24	33	30
Ricevo meno richieste di assistenza clienti	26	27	17	22
Posso espandermi in altri mercati	11	12	19	15
Ho migliorato la gestione dei resi/parti di ricambio	8	11	11	15
Ho ridotto/eliminato magazzino	7	8	6	14
Ho ridotto personale addetto alle spedizioni	1	3	-	3

Fonte: Demoskopea

L'analisi di Demoskopea ha messo in luce le reali differenze nella varie aree del nostro Paese nell'utilizzo dei servizi express courier (si veda riquadro qui sopra). Nel sud Italia, per esempio, è la semplificazione della fatturazione la motivazione più importante. La forte crisi del settore del trasporto e i costi (complice il prezzo dei carburanti) saliti alle stelle, ha spinto le PMI a esternalizzare il trasporto, mentre le criticità insite nel servizio dei corrieri espresso sono a volte ovvie, come quello del rischio dan-

neggiamento soprattutto nel settore IT e automotive, mentre il maggior vantaggio avvertito è la sicurezza garantita dal tracciamento delle spedizioni, affidata normalmente a un efficiente servizio di tracking online via internet. La voce sicurezza, infatti, pesa per circa il 53% delle aziende intervistate, mentre il tracking segna un 48 % seguito a ruota da un servizio clienti che possa consentire di avvertire il corriere espresso molto vicino al cliente. Le

aspettative della clientela riguardano una gestione del software più efficiente e l'assistenza doganale.

Estremamente interessante il numero delle società che nell'ultimo anno ha utilizzato i servizi degli express courier, pari a circa il 30% delle aziende intervistate. La principa-

le soddisfazione avvertita dal servizio offerto è in primo luogo la puntualità nella ricezione della merce (tipicamente "A x B"). Un esempio di utilizzo massivo degli express courier proviene dalle aziende operanti nel settore moda e abbigliamento. L'internalizzazione delle proprie attività, è stato sottolineato da Cittone, è attualmente lo

strumento essenziale per il successo delle aziende operanti nel settore del fashion. Le criticità come furti e danneggiamenti delle merci rappresentano ancora la principale problematica del comparto, ma è soprattutto la stessa gestione del problema, connesso alle criticità, che dovrebbe essere risolta efficacemente e velocemente per non gravare sulle aziende, che per questo si rivolgono sempre più fiduciose ai servizi di express courier. ■

Un esempio di utilizzo massivo delle prestazioni offerte dai corrieri espressi proviene dalle aziende della moda

2010
Logistics
Awards

Premio 2010 "Il Logistico dell'anno"
Winner 2010 "Logistics Awards"

World Capital
REAL ESTATE GROUP
AGENCY - CONSULTING - PROPERTY - INVESTMENT

Provincia di Bergamo
Vicinanza Orto al Seno

AFFITTASI



Distanza: 5 km da Bergamo
Magazzino: mq. 3.000 H: mt. 10,5
Ribalto: 14
Ufficio: mq. 900 (spazio ufficio nel pendente)
Note: Immobile di nuova realt  con completo di impianti. Possibilit  di frangimento.

Provincia di Milano
Zona Comune di Arluno

VENDESI



Distanza: a soli 2 km da autostrada MI-TU
Area: mq. 30.000
Ufficio: da valutare
Note: terreno con destinazione industriale

Provincia di Milano
Comune di Lacchiarella

**VENDESI
AFFITTASI**



Distanza: 10 km da A1 e 5 km da A7
Magazzino: mq. 1.000
Ribalto: 7
Ufficio: mq. 300
Note: capiente uso logistico con ampio piazzale. Possibilit  di subentro o Leasing.

Provincia di Milano
Comune di Settala

AFFITTASI



Distanza: 12 km da Milano (scalo per A1/A2/A4)
Magazzino: da mq. 4.000 a mq. 15.000 H: mt. 10,0
Ribalto: mono o doppio fronte
Ufficio: in base esigenze
Note: Servizi integrati all'attivit  logistica.

Provincia di Lodi
Comune di Pieve Fissiraga

VENDESI



Distanza: 2 km da A1
Magazzino: mq. 11.000
Ribalto: in base esigenze
Ufficio: in base esigenze
Note: Immobile da realizzare su indicazioni del futuro acquirente, ottima posizione, prezzo molto interessante. Possibilit  frazionamenti.

Provincia di Novara
Comune di Blandrate

AFFITTASI



Distanza: 50 km da Milano
Magazzino: mq. 40.000 modulabili
Ribalto: Si
Ufficio: in base esigenze
Note: possibile frazionamenti da mq. 5.000. Canoni di locazione interessanti. Prossima consegna. Ottime finiture.

Provincia di Bologna
Comune di Bentivoglio

**VENDESI
AFFITTASI**



Distanza: 5 km da A12 e 15 km da A7
Magazzino: da mq. 1.500 a mq. 10.000
Ribalto: in base esigenze
Ufficio: in base esigenze
Note: Immobile in pronta consegna adatto ad attivit  di deposito e logistica, soluzione unica da realizzare in base alle esigenze dell'attivit  commerciale.

Provincia di Roma
Comune di Pomezia

AFFITTASI



Distanza: in proximit  della portina SS140
Ribalto: c.a. mq. 4.000
Ribalto: mono o doppio fronte
Ufficio: dispone di terminali uffici e servizi
Note: Immobile con banche di carico e ampi piazzali, totalmente accatastrato, dotato di impianto elettrico, riscaldamento e riscaldamento.

Provincia di Napoli
Comune di Caivano

AFFITTASI



Distanza: 15 km (7 min) da uscita Tang. Napoli Centro, 5 km bret. autostrada A1 - Pomigliano
Magazzino: da 500 a 20.000 mq.
Ribalto: 12
Ufficio: 1.000 mq. frazionabili da minimo 30 mq.
Note: Immobile di recente costruzione, ideale da adibire a polivalente distributivo, impianti antismacchia, ascensori, guardiana.





IL SETTORE TIENE E CONFERMA I DATI 2009

I dati resi noti da Anifa, Associazione nazionale dell'industria farmaceutica dell'automedicazione, mostrano che il farmaceutico si conferma un settore che, seppur in una condizione di generale crisi economica e di riduzione dei consumi, rimane sostanzialmente sui valori dell'anno precedente sia in termini di fatturato che di volumi registrati. Sta inoltre evidenziando nuovi trend. Scopriamoli dalla voce degli addetti ai lavori.

di Alessia Furia



MARCO LONI
CEVA LOGISTICS

Direttore divisione
health & beauty care



MONICA MUTTI
GRUPPO DIFARCO

Direttore tecnico - Responsabile
divisione farmaceutica

**Può tracciare
un bilancio
del 2010?**

Il 2010 è stato per Ceva un anno di fondamentale importanza poiché abbiamo deciso di entrare nel settore della logistica farmaceutica in Italia, pur essendo già presenti nel settore para-farmaceutico. Il nostro ingresso è avvenuto mediante l'acquisizione di Dimaf Pharma Supply Chain, operatore consolidato nel settore che, al momento dell'acquisizione, fatturava circa 15 milioni di euro all'anno, aveva tutte le certificazioni d'idoneità dei magazzini e vantava tra i clienti le principali aziende farmaceutiche italiane. Nel corso di questi mesi abbiamo operato attivamente per integrare Dimaf all'interno della nostra azienda, fino a renderla effettivamente parte del nostro mondo.

**Quali trend
sta evidenziando
il mercato?**

Si registra una progressiva "contaminazione" dei canali di vendita: la farmacia sta diventando sempre più il "luogo del benessere", in cui accanto ai prodotti etici, vi sono reparti dedicati a nutrizione, dermocosmesi, ecc. Da un punto di vista logistico diventa interessante offrire centri logistici dedicati al "canale" con caratteristiche anche diverse in funzione delle esigenze del prodotto (ad esempio ambienti a temperatura controllata, celle frigorifere, centri di confezionamento) che possono garantire la massima sinergia in fase di trasporto e consegna. Quanto al trasporto, il mercato è caratterizzato da piccoli operatori locali che non sempre garantiscono alti livelli di affidabilità e tracciabilità.

**Quali effetti
avrà l'ingresso
delle Poste Italiane
nella distribuzione
domiciliare
del farmaco?**

Una delle cause del rallentamento dello sviluppo della logistica farmaceutica sta nella normativa che in Italia è diversa rispetto ad altri Paesi europei e impedisce ai farmaci di essere trasportati con altri prodotti, anche se il 3PL garantisce la non contaminazione e il rispetto dei limiti di temperatura. Il recente accordo di Farminindustria con Poste Italiane introduce invece l'idea che si possa consegnare il farmaco insieme ad altri prodotti, dal momento che le Poste non potranno mai realizzare una catena di distribuzione totalmente separata da quella postale. Il trasporto consentirebbe di ottenere delle sinergie nella prima tratta, ovvero quella che unisce i grandi hub in un'unica grande rete.

Il farmaceutico si conferma un settore che rimane sostanzialmente sui valori dell'anno precedente per fatturato e volumi. Va detto che i farmaci da prescrizione hanno avuto un diverso andamento rispetto a quelli di automedicazione. I primi registrano un incremento, i secondi una flessione. Lo scadere della copertura brevettuale di alcune molecole e il successivo ingresso del generico hanno tuttavia attutito l'incremento del fatturato legato ai farmaci da prescrizione che si registra inferiore a quello dei volumi. L'automedicazione ha invece risentito di un ritardo nell'avvio della stagione influenzale che ha inciso sulla contrazione delle vendite e sulla flessione del fatturato complessivo.

Certamente l'incremento della quota dei generici porterà significative variazioni, rafforzando la tendenza delle aziende a realizzare il "direct to pharmacy" ovvero a cercare, per ovvie ragioni commerciali, lo sbocco diretto verso la farmacia. Quale sarà la modalità scelta a tale fine e quali gli interlocutori preferenziali che le aziende sceglieranno è difficile da ipotizzare. Sempre a livello distributivo sembra effettivamente prendere sempre più piede la distribuzione diretta verso il paziente, raggiunto con consegne legate alla domiciliatura della terapia assistita. In questa direzione sembrerebbe collocarsi infatti il recente accordo stretto da Farminindustria e Poste italiane.

Questo accordo ha colto tutti di sorpresa. Per la verità si sa ancora troppo poco per poter esprimere dei giudizi e valutarne gli impatti. E' molto probabile che tale agreement sia sostenuto da un progetto complesso, poiché sia la distribuzione sia la dispensazione del farmaco sono soggette a norme e regole ben precise. Si può tuttavia ipotizzare che, se realmente questo accordo si dovesse concretizzare, è possibile che si aprano nuove opportunità anche per altri attori della filiera. Se così fosse quindi potrebbe rappresentare una novità significativa nel panorama distributivo attuale.

>



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 Polzone 85, Arezzo (AR) - Tel. 057700071 Fax 0577005333 - E-mail info@eng2k.com

www.eng2k.com



ALDO SOFFIENTINI
EURODIFARM

Amministratore delegato
e socio

**Può tracciare
un bilancio del 2010?**

E' un bilancio positivo, frutto di un'attenta politica dei costi e influenzato positivamente dall'incremento delle spedizioni rispetto al 2009 (+10,62%). Nel 2010 Eurodifarm ha gestito oltre 3 milioni di spedizioni, generando un fatturato superiore ai 52 milioni di euro. L'azienda negli ultimi anni si è sviluppata arrivando quasi a raddoppiare il proprio fatturato in un triennio, cercando però di mantenere la flessibilità richiesta dal mercato.

**Quali trend
sta evidenziando
il mercato?**

Il ruolo di distributori non ci permette evidenziare trend particolari; abbiamo verificato però che si è modificata la modalità di acquisto dei destinatari finali che ora ordinano più spesso ma in quantità più limitata. Vi sono poi riorganizzazioni nelle strutture sanitarie pubbliche con centralizzazione dei processi che portano a contenimenti dei costi e a efficaci razionalizzazioni dei consumi farmaceutici (Area Vasta Centro e Area Vasta Emilia Nord).

**Quali effetti
avrà l'ingresso
delle Poste Italiane
nella distribuzione
domiciliare
del farmaco?**

Si tratta di un servizio che richiede un'elevata specializzazione, sia per la natura dei prodotti da trasportare (estremamente vulnerabili alla temperatura), sia per la natura dei destinatari (pazienti con gravi patologie). Credo che chiunque accetterà di assumersi la responsabilità di un servizio così importante dovrà farlo con grande coscienza, nel rispetto delle normative vigenti e nel rispetto dell'utilizzatore finale.



ALESSANDRO ROSSETTI
FIEGE LOGISTICS ITALIA

Managing director
pharma division

Il 2010 ha ancora un bilancio positivo, conseguito però con notevole fatica; tender internazionali e ricerca spinta di savings da parte della clientela, come via di fuga principale rispetto ai noti problemi di profittabilità, hanno caratterizzato sempre di più il mercato. Il rovescio della medaglia è la crescente richiesta di maggior qualità sui servizi erogati e sulle strutture logistiche stesse, mi si consenta, due aspetti non sempre facilmente coniugabili.

L'intervento governativo sulle politiche di prezzo dei farmaci, anche generici e il processo di ingresso nella schiera degli "off patent" di molte molecole importanti potrebbe determinare un acuirsi del fatto per cui se da un lato tende a ridursi la marginalità sui servizi logistici di base dall'altro si aprono nuove opportunità rappresentate dalla terziarizzazione da parte dell'industria di servizi e attività finora sviluppate in house.

Di fatto non potrebbe avere nessun effetto; l'interpretazione assolutamente restrittiva della normativa vigente fa a pugno con un network distributivo assolutamente a digiuno del contenuto degli elementi normativi. Se devo trovare un lato positivo, lo posso vedere solo in un'eventuale revisione in ottica meno coercitiva dell'attuale impianto normativo, che, pur recependo linee guida europee, di fatto trova applicazione così restrittiva solo da noi.



DAMASO ZANARDO
ZANARDO SERVIZI

LOGISTICI
Presidente

La crisi economica continua a colpire tutti i settori economici, tra cui l'industria farmaceutica che quest'anno, per limitare l'eccessivo ribasso dei prodotti ha contribuito a inserire nella Finanziaria iniziative di riorganizzazione e ottimizzazione della spesa pubblica per l'acquisto di farmaci. E' la prima volta che accade che il ministero del Tesoro solleciti le singole Regioni e le Asl a intervenire sulla filiera del farmaco.

La riduzione dei costi sta ridisegnando la mappa dei tradizionali distributori dei farmaci e sollecitando una diversa organizzazione logistica di tutto l'apparato sanitario nazionale. Ai tradizionali interlocutori si aggiungono i loro clienti, Asl o As pubbliche e private, per una ridefinizione organizzativa del sistema logistico nazionale. Ma, ahimè, ci vorrà tempo e dispendio di risorse prima di imboccare l'efficienza che il sistema logistico deve dare.

Esistono perplessità su come Poste Italiane garantisca consegne certe e tempestive al paziente. Ritardi o smarrimenti porterebbero a interruzioni delle terapie o ad alterazioni del farmaco se giacente a lungo in magazzini inadeguati. Tuttavia si apre un mercato distributivo fino a ieri di dominio di farmacie e distributori. Si parla di consegne a pazienti particolari e bisognosi e il livello di qualità si accentua. Sarà vera convenienza economica?

La scelta logica per costruire logistica!



**oltre 250.000 mq.
logistici realizzati**



**30 anni di esperienza
nella prefabbricazione**



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

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



Gruppo **ARCOBALENO** S.p.A.

dal 1956

"ARCHIVIAMO UN 2010 IN CRESCITA DEL 10%"

E il 2011 di Gruppo Laziale Distribuzione dovrebbe chiudersi altrettanto positivamente. Parola del suo fondatore e presidente.

di **Giovanna Galé**



GIUSEPPE BURSESE

"Per gestire il delicatissimo settore della logistica sanitaria, la soluzione che è stata adottata da Gruppo Logistico LDI è quella di una gestione dedicata. Una scelta che negli anni si è rivelata vincente", esordisce con queste parole il suo presidente Giuseppe Bursese.

COME È STRUTTURATA LA VOSTRA DIVISIONE "FARMACO"?

■ E' gestita interamente in un'unica struttura dedicata: un magazzino di 10 mila mq certificato UNI EN ISO 9001:2008 con aree di stoccaggio merci a temperatura controllata 8°-25° C. e un'area frigo a temperatura 2° - 8° C. Tutto l'impianto è provvisto di "datalogger" in grado di mappare le temperature dell'intera superficie. Le strutture tecniche e informatiche, specializzate e all'avanguardia - tramite l'utilizzo di sistemi come SAP e AS/400 - consentono una gestione puntuale e sicura dei prodotti e ne garantiscono una perfetta conservazione nelle fasi

La divisione pharma è gestita all'interno di una struttura dedicata di 10 mila mq certificata UNI EN ISO 9001:2008

di stock e lavorazione. Ricezione merci e allestimento degli ordini sono gestite in RF con lettura del codice Ean. I trasporti infine sono eseguiti con garanzia delle condizioni ottimali dei prodotti, secondo le norme vigenti.

COME AVETE CHIUSO IL 2010 E COME SI PRESENTA IL 2011?

■ L'anno appena trascorso ha registrato, come da previsione, un +10%. Per l'anno in corso, almeno dai dati del primo trimestre, dovremmo ottenere risultati analoghi. Il farmaco segue un trend costante, mentre il parafarmaco registra un percorso altalenante dovuto alla contrazione verificatasi nella Sanità pubblica.

IL SETTORE È RIGIDAMENTE NORMATO IN ITALIA (SPECIE DAL PUNTO DI VISTA DELLE TEMPERATURE DEI TRASPORTI), MA



L'INGRESSO DELLE POSTE ITALIANE NELLA CONSEGNA DOMICILIARE DEI FARMACI NON RISCHIA DI VANIFICARE TUTTE QUESTE NORME E INDIRETTAMENTE DI RENDERE PIÙ FACILE ANCHE IL VOSTRO LAVORO?

■ Almeno per il momento non vediamo come le Poste possano garantire il servizio che il mercato richiede, viste le leggi vigenti in merito al trasporto dei prodotti medicinali e la relativa tracciatura della filiera.

QUALI LE VOSTRE STRATEGIE A BREVE?

■ Contiamo di migliorare ulteriormente le nostre prestazioni con l'installazione di programmi informatici di ultima generazione e puntiamo sulla formazione del personale per



un miglior utilizzo appunto di queste nuove tecnologie.

QUALE FUTURO INTRADETE PER LA LOGISTICA DEL FARMACO?

■ Ritengo che occorra prestare una particolare attenzione a questo fatto: le aziende committenti, in special modo

le multinazionali (e alcune di esse lo hanno già fatto) tendono a trasferire la logistica del farmaco in qualche altro Stato dell'Unione Europea per motivi connessi sia ai costi, che - come è risaputo in Italia sono superiori rispetto alla media europea - sia per l'eccessiva polverizzazione del settore. ■

INTERPORTO D'ABRUZZO

Il futuro è combinato!

www.interportodabruzzo.it

PURE PER L'INDOTTO LA CRISI È PASSATA

Dati 2010 e stime 2011 in positivo per l'industria italiana a monte della produzione farmaceutica. Lo dice l'Osservatorio promosso da Ipack-Ima.

a cura di **Eleonora Rota**

L'indotto Pharmintech nel 2010 ha agganciato la ripresa economica dopo aver bene ammortizzato la crisi dei due anni precedenti. Le stime congiunturali sviluppate dall'Osservatorio, che studia la filiera a monte della produzione farmaceutica italiana, confermano la chiusura in positivo del secondo semestre sia per fatturato che per esportazioni. La tendenza si rafforza con le attese positive per l'evoluzione della congiuntura di settore nel primo semestre 2011. I dati diffusi dall'ufficio studi dell'Osservatorio Pharmintech confermano quindi il settore dell'indotto a monte della produzione farmaceutica fra le eccellenze dell'industria italiana. Le analisi sono condotte su un campione di 80 imprese, che occupano 15mila addetti e fatturano nel complesso circa 2,4 milioni di euro, rappresentative per dimensione e attività (macchinari, materiali e servizi per l'industria farmaceutica) dell'intero settore dell'indotto. Il 45% delle imprese stima in aumento il fatturato relativo al secondo semestre 2010, mentre un 28% lo indica costante. Il dato relativo alle esportazioni è in aumento per il 38% delle aziende del campione, costante per il 42%. Resta stabile l'occupazione, inalterata per i tre quarti del campione e aumentata nel 21% dei casi. Solo un 5% ha espulso manodopera dal proprio ciclo produttivo.

**Resta stabile
l'occupazione,
inalterata
per i tre quarti
del campione
di aziende
prese in esame**

Fra i macrosettori che compongono l'indotto farmaceutico brillano i servizi e il contoterzismo, al cui interno la maggioranza delle imprese ha avuto una crescita di fatturato ed esportazioni; ha rallentato nel 2010 il comparto dei macchinari, con saldo negativo fra ottimisti e pessimisti, ma era previsto (i ben strumentali accusano con ritardo la crisi) e già nel primo semestre di quest'anno la situazione si mostra in recupero, con prevalenza di attese di crescita. In terreno positivo il comparto dei materiali, a un livello intermedio tra i due estremi citati.

"I dati evidenziati dal sondaggio confermano le sensazioni ottimistiche sull'andamento dell'indotto Pharmintech, ormai avviato sulla strada della ripresa economica", commenta il responsabile dell'Osservatorio, Giampaolo Vitali, segretario del gruppo "economisti d'impresa". Il progetto di ricerca, varato da Ipack-Ima Spa per analizzare le dinamiche del comparto industriale, porta il nome della fiera triennale Pharmintech in cui si riconosce l'indotto farmaceutico nel suo insieme (la prossima edizione si terrà nel 2013, a Bolognafiere) e sviluppa la sua

attività con il sostegno delle principali associazioni del comparto.

L'ottimismo per la crescita futura è distribuito in modo omogeneo su tutte le aree del campione, con saldo nettamente positivo per le attese inerenti il primo semestre 2011. Significativa la nota dell'Osservatorio riguardante l'occupazione: rimarrà stabile nel primo semestre di quest'anno in quasi i tre quarti del campione. *"Il vantaggio competitivo del campione d'impresa Pharmintech - commenta Guido Corbella, AD di Ipack-Ima Spa - ha fra gli elementi chiave le variabili di qualità del prodotto, personalizzazione della produzione e servizi post-vendita, tutti fattori nei quali ha grande importanza il valore del capitale umano presente in azienda".* ■



SMOOV

LET INTRALOGISTIC MOVING



www.smoov.it



Fluidità di movimento e flessibilità operativa sono due elementi fondamentali per l'automazione dell'intralogistica.

Smoov ASRV è l'unico sistema integrato per l'automazione dei tuoi pallet basato su veicoli intelligenti, interconnessi e indipendenti dalla struttura di magazzino che, grazie a binari dedicati, si muovono tra le scaffalature svolgendo in autonomia operazioni di stoccaggio e movimentazione merci, ottimizzando le missioni e superando eventuali limiti strutturali esistenti.

Modulare, flessibile, scalabile, Smoov rivoluziona l'automazione intralogistica e la apre a contesti finora impossibili, come locali che presentano pilastri, con limiti di altezza o dalle forme irregolari o complesse.

Smoov si adatta ai fabbisogni operativi di tutti, anche mutevoli.
Perché le grandi idee non conoscono limiti di diffusione.

Scopri come implementare nel tuo magazzino la soluzione Smoov più adatta a te: visita il sito www.smoov-asrv.eu o anche la nostra rete di Solution Partner o invia una e-mail a smoov@smoov-asrv.eu

SMOOV
WHEREVER
SMART ASRV

Vincitore della



“VOGLIAMO ESSERE AL TOP FRA CINQUE ANNI”

Lo sostiene il direttore della divisione health & beauty care di Ceva che punta pure a una gestione diretta delle rotte di trasporto.

a cura di **Ornella Giola**



MARCO LONI

Col responsabile della divisione health & care di Ceva Logistics, Marco Loni, tracciamo un primo bilancio dell'attività svolta in questo settore, dove il 3PL è approdato solo di recente.

A CIRCA UN ANNO DALL'ACQUISIZIONE DI DIMAF, A CHE PUNTO È IL PROCESSO DI INTEGRAZIONE DELLA NUOVA DIVISIONE?

■ Circa un anno fa abbiamo approfondito le opportunità offerte dal settore farmaceutico e definito come strategia di ingresso l'acquisizione di un operatore già noto nel comparto, Dimaf Pharma Supply Chain, player storico del comparto. Ceva ha quindi iniziato un'intensa attività volta all'integrazione dell'azienda nella propria realtà, inglobandola nelle proprie logiche di mercato: possiamo affermare che Dimaf è ormai parte del nostro mondo a tutti gli effetti.

QUALI SONO I RISULTATI CHE AVETE RAGGIUNTO NEL CORSO DI QUESTO PRIMO ANNO DI ATTIVITÀ?

■ Abbiamo certamente migliorato la capacità di analisi e la strutturazione dei processi di Dimaf attraverso la nostra esperienza nella riorganizzazione, maturata negli anni grazie all'approccio internazionale che da sempre abbiamo nei settori in cui operiamo e al nostro orientamento all'eccellenza operativa. Cerchiamo di reingegnerizzare e semplificare la supply chain di questo settore attraverso l'applicazione delle best practice sviluppate a livello globale nell'health & beauty care e di quanto di meglio abbiamo sviluppato in altri mercati in cui operiamo già da leader. Ceva ha inoltre introdotto dei sistemi informativi sia per implementare l'efficienza gestionale del magazzino e sia per migliorare i servizi pensati per il cliente, offrendo piena visibilità sulle performance in termini di track & trace, spedizione e gestione dei reclami.

CHE TREND STA EVIDENZIANDO IL MERCATO E QUALI LE RISPOSTE CHE CEVA INTENDE FORNIRE?

■ La supply chain del mercato farmaceutico è abbastanza tradizionale, poco innovativa e costruita su una rete di tanti operatori locali. Questo settore risulta in genere poco appetibile per i grandi operatori logistici: una delle principali cause riguarda le norme della legislazione italiana che impediscono al farmaco di viaggiare con altri prodotti, nonostante la garanzia di non contaminazione e il rispetto dei limiti di temperatura. Ceva ritiene invece che la promiscuità possa essere gestita nel rispetto delle condizioni essenziali per la conservazione del prodotto, come già accade in altri Paesi europei: ciò garantirebbe delle sinergie fondamentali, soprattutto sulla prima tratta che unisce i grandi hub in un'unica grande rete. Tuttavia, fin tanto che non verrà modificata, opereremo adeguandoci all'attuale normativa in vigore.



LA STRUTTURA LOGISTICA

Ceva gestisce le attività logistiche per Dimaf presso due magazzini in provincia di Milano, a Vignate e a Tribiano, uno di 22.000 e l'altro di 12.000 mq, per un totale di circa 34.000 mq; vi è inoltre una struttura a Roma di 11.000 mq. Gestisce inoltre la supply chain di aziende del settore health & beauty care presso vari magazzini presenti in Lombardia, Lazio e Campania: l'operatore punta comunque ad ampliare le proprie basi logistiche in altre regioni per gestire un mercato più ampio rispetto ai confini nazionali. I prodotti gestiti da Ceva non sono solo strettamente farmaceutici, ma più in generale rientrano nel settore dell'health & beauty care, legati quindi alla sfera del benessere e della salute della persona.

QUALI LE VOSTRE STRATEGIE A BREVE?

■ In Italia siamo presenti sia come società di logistica e magazzino, sia con una solida rete di trasporti che ci permette di gestire direttamente la maggior parte delle rotte nel nostro Paese per conto di segmenti affini, quali quello del beauty care. Contiamo nei prossimi mesi di estendere la nostra rete e di realizzarne una a temperatura controllata per gestire il trasporto in maniera diretta, utilizzando solo le nostre strutture: faremo dei test in alcune regioni, come Lombardia, Lazio e Campania, nelle quali abbiamo già dei nostri magazzini. In questo quadro prevediamo l'avvio della Control Tower anche

“Abbiamo avviato la realizzazione di un nuovo impianto dove concentrare le attività farmaceutiche per il Nord Italia”

per il mondo farmaceutico, offrendo livelli di visibilità che non sono molto diffusi in questo settore. Abbiamo anche avviato la realizzazione di un nuovo impianto in cui concentrare tutte le attività legate al canale farmacie per il Nord Italia.

E QUALI GLI OBIETTIVI?

■ In Italia Ceva si posiziona ai primi posti in tutti i settori in cui opera: grazie alla nostra expertise e all'eccellenza delle nostre soluzioni logistiche, pensiamo di arrivare a occupare una posizione di rilievo anche nel farmaceutico nei prossimi cinque anni, puntando ai primi tre posti. Siamo inoltre impegnati in gare per la gestione delle attività logistiche di importanti player del settore health & beauty care e possiamo annunciare che il gruppo Janssen Cilag, che operava con noi solo al 50%, ha deciso di affidarsi a Ceva al 100%: tale attestato di fiducia è il riconoscimento della nostra capacità di progettare soluzioni personalizzate capaci di supportare i nostri clienti nell'affrontare le criticità tipiche di questo segmento di mercato. ■

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 Transpolesana (Rovigo-Verona);
- al nuovo tratto autostradale della "Valdastico Sud" (Venezia-Rovigo).

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



**COSTA
VILUPPO**

COSTA SVILUPPO SPA
Galilea Brancaleoni, 2 - PADOVA
Tel. +39 049 767773
www.costasviluppo.com

SANITA' E LOGISTICA, SI EFFICIENTANO COSÌ

Analisi dei magazzini e valorizzazione delle risorse umane sono i pilastri su cui insistere per migliorare le prestazioni del SSN.

di **Loredana Luzzi** e **Veronica Bruno** dell'AO **Guido Salvini** e **Alessandro Pacelli** di Opta

La gestione della logistica nel settore sanitario è complessa sia per l'entità dei volumi in gioco sia per i livelli di servizio richiesti. L'obiettivo fondamentale di un sistema logistico sanitario è servire le unità richiedenti tenendo conto delle specifiche richieste (tempi, modalità, luoghi, ecc.) e a zero errori, anche a discapito – se necessario – dell'efficienza. Negli ultimi anni nel mondo della sanità sta tuttavia maturando una maggiore sensibilità per l'efficienza e la riduzione dei costi logistici. Il miglioramento dell'efficienza e delle prestazioni di un sistema logistico sanitario si raggiunge non solo implementando interventi sulla struttura e sull'organizzazione dei magazzini e della distribuzione; è necessario agire anche sul personale che opera direttamente o indirettamente nella logistica, valorizzandone capacità e competenze e aumentandone la cultura logistica.

Ecco una metodologia di intervento formazione - accompagnamento, che ha lo scopo da una parte di individuare le leve di miglioramento potenziali per la riorganizzazione di un sistema logistico e dall'altra di svolgere un percorso formativo sul campo – *training on the job* – delle risorse impiegate nella logistica. Il progetto trae origine dalla opportunità data nel corso del convegno tenutosi a Mantova nel giugno 2010 sulla logistica ospedaliera a se-

guito del quale l'Azienda Ospedaliera (AO) "Guido Salvini" di Garbagnate (Milano) ha colto il supporto offerto e avviato un'esperienza concreta con questa metodologia. Tale realtà è costituita da 4 presidi ospedalieri, Garbagnate, Rho, Passirana e Bollate e da altrettanti magazzini economici.

Sebbene i siti logistici appartengano alla stessa Azienda Ospedaliera, ogni magazzino nel tempo ha avuto una propria evoluzione non solo strutturale (avendo spazi a disposizione differenti), ma anche di tipo organizzativo e gestionale che li rende a tutti gli effetti realtà diverse, ognuna con punti critici e punti di forza differenti. L'esigenza espressa dalla direzione amministrativa e dalla struttura logistica e gestione servizi economici era quella di analizzare da una parte i magazzini economici per individuare eventuali aspetti critici e valutare possibili interventi di miglioramento; dall'altra, avviare un percorso di maturazione delle competenze logistiche del personale e attivare un confronto e uno scambio informativo tra i diversi magazzini. Lo scopo ultimo era raggiungere un'uniformità di gestione dei siti secondo un'unica *best practice*, rendendo attori primari del cambiamento le risorse logistiche interne.

La metodologia di formazione accompagnamento si è basata sul coin-

volgimento diretto di un gruppo di lavoro – costituito dai responsabili/referenti dell'economato, dagli impiegati dell'economato e dagli addetti di magazzino – nelle fasi di analisi logistica.

L'intervento è cominciato con una sessione in aula per presentare al gruppo di lavoro gli obiettivi del progetto e per svolgere un'attività di formazione sulla metodologia di analisi logistica che si sarebbe adottata (metodologie di indagine, oggetto delle analisi, modulistica raccolta dati, ecc.). E' stata svolta poi – sempre coinvolgendo il gruppo di lavoro – la fase di analisi logistica dei magazzini economici (strutture, organizzazione, processi gestionali e operativi), attraverso sopralluoghi ai siti e interviste ai membri del

Fotolia.com



gruppo.

Durante questa fase è stata avviata anche l'attività di raccolta dei dati sui flussi. In una sessione in aula è stata presentata e spiegata al gruppo di lavoro l'attività di rilevazione dei dati (modulistica, tempistiche, ecc.). La modulistica standard è stata modificata con il gruppo di lavoro, contestualizzandola alle caratteristiche logistiche dei siti. Gli stessi operatori del gruppo hanno poi compilato giornalmente per un periodo di tre settimane la modulistica approntata. Terminato il rilievo sul campo, in aula sono stati discussi e validati i dati necessari alle analisi successive. In parallelo alla fase di check logistico, sono state tenute docenze al gruppo di lavoro sui temi organizzativi e gestionali della logistica di magazzino, contestualizzandoli alla realtà dell'Azienda e riferendosi ai risultati del check in corso di svolgimento. In queste sessioni formative perciò sono emerse le criticità dell'attuale sistema e le potenziali leve di miglioramento. Alla luce delle analisi precedenti, sono stati individuati i principali punti critici del sistema e ed elaborate le proposte di miglioramento, presentate e condivise successivamente

LA CONSULENZA PER MISSIONE

Dal 1996 OPTA affianca le aziende con interventi di consulenza organizzativa e direzionale, nelle operations e nella logistica, e nelle certificazioni relative ai principali standard internazionali. Nel 2008 è nata la divisione OPTA Sanità per lo sviluppo di progetti di logistica legati al mondo della sanità pubblica e privata. E' membro Assologistica e ne presiede la commissione Sanità. OPTA mette a disposizione le proprie competenze logistiche nel settore della sanità, maturando la necessaria esperienza per affrontare un ambito ricco di peculiarità. Ha competenze relative ai seguenti aspetti fondamentali:

- analisi critica e ottimizzazione dei processi logistici all'interno di ospedali e strutture sanitarie,
- progettazione di soluzioni tecnologiche e informatiche per il processo di gestione di beni sanitari ed economici, dall'approvvigionamento alla consegna e/o somministrazione in reparto,
- progettazione di sistemi di tracciabilità del farmaco e risk management,
- redazione di capitolati tecnici per gare di appalto nella logistica,
- project management della soluzione organizzativa e logistica,
- formazione logistica rivolta a dirigenti sanitari, personale medico, farmacisti e personale tecnico.

AZIENDA OSPEDALIERA NELL'OVEST MILANESE

L'Azienda Ospedaliera di Garbagnate Milanese è situata nell'area ad ovest di Milano ed è composta dai Presidi Ospedalieri di Bollate, Garbagnate Milanese, Passirana e Rho. Ha circa 3500 dipendenti e fornisce cure ospedaliere, specialistiche e domiciliari (ospedalizzazione domiciliare oncologica e cure palliative) a un bacino di utenza di oltre 500.000 abitanti. Erega più di 31.000 ricoveri ospedalieri all'anno e oltre 2,3 milioni di prestazioni ambulatoriali. Il bilancio annuale si attesta nell'ordine di 267 milioni di euro.

con i referenti del gruppo di lavoro.

Questa metodologia di svolgimento in parallelo della consulenza e della formazione ha consentito:

- di effettuare un'analisi approfondita del sistema logistico grazie all'apporto e alla partecipazione diretta e condivisa del gruppo di lavoro. La stessa analisi dei dati condivisa e svolta dagli stessi operatori ha consentito di avere una base dati di analisi significativa,
- di svolgere una formazione efficace e interessante per i partecipanti, poiché collegata al contesto e sul campo,
- di implementare con maggiore efficacia gli interventi di miglioramento grazie alla partecipazione e alla condivisione nel processo di analisi e alla competenza acquisita sul campo degli

operatori e dei responsabili/referenti. Inoltre la formazione realizzata sul campo ha permesso:

- di aumentare e rendere uniforme la competenza logistica degli operatori,
- di avviare un confronto tra gli operatori dei diversi siti grazie alle discussioni "pilotate" in aula,
- di consentire all'Azienda sanitaria di implementare in autonomia gli interventi di base.

Si vuole infine evidenziare che questa metodologia è efficace – e quindi raggiunge i vantaggi descritti – solo se è presente una partecipazione attiva del gruppo di lavoro, che può essere garantita da una convinta ed evidente sponsorizzazione da parte della Direzione, aspetto peraltro presente nel ■



NUOVI CENTRI UPS IN TUTTO IL MONDO

I magazzini sorgeranno in Europa, Asia e Nord America, portando a trenta il numero totale di queste strutture dedicate all'healthcare.

di **Antonello Giunta**

Ups ha esteso in modo significativa il suo network globale di distribuzione healthcare per rispondere alla rapida crescita delle attività destinate al settore salute. Nati con lo scopo di gestire il trend in crescita nell'utilizzo dell'outsourcing e l'aumento dei contratti con società del settore salute, i nuovi centri, sorti in Asia, Europa, Canada e Stati Uniti, portano a 30 il numero totale delle strutture di UPS dedicate a questo specifico settore. *"Stiamo osservando un aumento della domanda da parte dell'industria della salute che ha bisogno di supply chain più snelle. Questo chiaro trend di settore porta le aziende a richiedere soluzioni più globali e partnership più estese per la gestione della supply chain - afferma Bill Hook, vice president, global strategy, UPS Healthcare Logistics - possediamo una solida pipeline di business nel settore della logistica della salute e stiamo continuando a investire in questo comparto per soddisfare i bisogni in rapida evoluzione dei nostri clienti healthcare in tutto il mondo."*

Tali centri si trovano a Singapore, Venlo (Paesi Bassi), Burlington (Canada) e Louisville (Stati Uniti) e portano a circa 371.600 mq la superficie totale delle strutture di UPS dedicate

Terranno conto delle necessità di società farmaceutiche, biotech e di strumentazioni medicali

alla distribuzione di prodotti healthcare. Questi centri sono progettati per rispondere in maniera specifica ai bisogni delle società farmaceutiche, biotech e di strumentazioni medicali. Sono concepiti per aiutare i produttori a rispettare le più severe e spesso com-

plesse normative che regolano il settore salute, nonché per garantire flessibilità in un ambiente economico in evoluzione e servire una base di clienti in crescita a livello globale.

Con l'arrivo sul mercato di prodotti biologici e sensibili alla temperatura, tali strutture dedicate alla logistica della salute comprendono pure spazi a temperatura controllata che consentono di gestire le specifiche esigenze di magazzino e distribuzione di questi prodotti ad alto valore. ■



ECCO COSA OFFRONO

Ma vediamo nel dettaglio come si presenta ciascuno dei nuovi centri UPS.

Singapore: l'avvio del centro è previsto alla fine del secondo trimestre di quest'anno. La struttura comprenderà un centro di distribuzione regionale che, con una superficie di 4.000 mq, avrà l'obiettivo di servire il crescente numero di aziende del settore salute che stanno aprendo impianti produttivi in Asia. Funzionerà da centro import-export e sarà situato in vicinanza della pista di decollo e atterraggio per garantire di arrivare il più velocemente possibile sul mercato. Includerà servizi per la gestione della catena del freddo per prodotti che richiedono stoccaggio e distribuzione a temperatura controllata e servizi aggiuntivi come ri-etichettatura e assemblaggio.

Venlo: la sua apertura è prevista per il secondo semestre 2011 e sarà il secondo centro della società nei Paesi Bassi. Con i suoi 22.800 mq andrà ad aggiungersi, infatti, al centro UPS di Roermond, che per via di un picco nella domanda di servizi per la distribuzione di prodotti healthcare, ha esaurito lo spazio disponibile in meno di nove mesi dall'inaugurazione. Posizionato strategicamente nelle vicinanze dell'hub aereo europeo di UPS, a Colonia, in Germania, questa struttura, che soddisfa pienamente i requisiti richiesti dalla normativa vigente, è dotata di ambienti controllati per lo stoccaggio e la distribuzione di prodotti sensibili agli sbalzi di temperatura.

Burlington: con 16.400 mq questo edificio è il decimo dedicato alla logistica della salute in Canada e la seconda struttura di questo tipo all'interno del campus logistico di UPS di Burlington, collocato vicino a tre grandi aeroporti internazionali. Il centro è progettato per soddisfare le normative e gli standard qualitativi richiesti dai prodotti healthcare. La struttura fornirà ulteriore capacità all'attuale network di centri dedicati alla salute situati in punti strategici per servire il mercato canadese.

Louisville: aprirà nel quarto trimestre 2011 e fa parte del pre-esistente centro di UPS che sorge su una superficie totale di oltre 92.900 mq. E' situato vicino a Worldport, l'hub aereo mondiale di UPS, per offrire consegne il giorno successivo, per ordini relativi a spedizioni aeree ricevuti fino alle ore 23, ed entro due giorni o meno, per le spedizioni via terra al 70% delle destinazioni USA. Questo centro ha un'area di 13.400 mq; include magazzini a temperatura controllata e stoccaggio in aree ad alta sicurezza.

CLASS

Cooperative Logistica Associate



PROGETTAZIONE & SVILUPPO

GESTIONE MAGAZZINI

CONTI LAVORAZIONE

NOLEGGIO E MANUTENZIONI
SERVOMEZZI

SERVIZI GENERALI



CLASS SpA

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

Tel. 02 488 7171 - Fax 02 4571 3607

www.class-spa.it

Gruppo FBH

IL MEDITERRANEO, MARE DI INCERTEZZE

Le note vicende nord-africane stanno avendo un impatto notevole su tutti i Paesi che vi si affacciano. Scopriamone effetti e sviluppi.

di **Giovanna Visco**

Per una striscia di terra dalle Alpi verso il centro del mar Mediterraneo come l'Italia, i ragionamenti portuali basati sui traffici inframediterranei sono un fatto naturale. Fino a qualche mese fa, le previsioni di breve, medio e lungo periodo contenevano numeri di traffico espressi dagli incrementi di scambio dei mercati di consumo e di produzione tra le sponde. Il processo di infittimento della rete commerciale e di investimento Ue - Nord Africa - Medio Oriente sembrava inarrestabile e procedeva all'incendere dei dialoghi strutturati con i Paesi nordafricani, spronando lo shipping a mettere al centro del piatto le Autostrade del Mare e lo Short Sea Shipping e incoraggiando gli investimenti degli armatori di navi ro-ro che per capacità e flessibilità supportano competitivamente le tipologie di traffico tipiche delle economie emergenti. L'inframediterraneo finora ha rappresentato una voce strategica oggettiva di sviluppo della logistica italiana marittima e portuale, coinvolgendo la stessa governance dei porti. Ma alla luce di questi ultimi mesi, tutto appare incerto: le linee di collegamento tra le sponde risentono della precarietà politica dei Paesi nordafricani costringendo gli armatori a decidere di volta in volta gli accosti a seconda del-

le condizioni di sicurezza contingente; le merci in navigazione sono soggette a controllo in mare aperto per le operazioni di security e controllo sull'embargo di armi verso la Libia; molte attività delocalizzate o appaltate lungo la fascia nordafricana sono sospese e la domanda di consumo interna, sostenuta

**A subire
i contraccolpi
della crisi
maghrebina sono
i porti italiani,
i cui traffici
si sono contratti**

anche dalla presenza turistica su molti di quei territori, ha subito un brusca virata. Risultato: i porti italiani vedono i traffici in entrata e uscita assottigliarsi e le prospettive future non più così scontate.

Il popolo arabo, che da gennaio scorso esprime ondate tsunamiche di rivolta e protesta sociale, complessivamente ammonta a 360 milioni di persone - 400 milioni nelle previsioni 2016 - di cui più del 60% di età inferiore ai 25 anni, formando un articolato insieme di Stati di differenti condizioni geopolitiche ed economiche, ma con un comune alto tasso di disoccupazione giovanile, che in alcuni Paesi come l'Algeria arriva al 70%. Su queste società è impattato l'aumento indiscriminato dei prezzi al consumo dei generi alimentari (farina, olio e zucchero), che in pochi mesi sono più che raddoppiati per effetto delle transazioni in Borsa sui mercati internazionali delle derrate nella seconda metà del 2010. Oltre a fattori negativi come il cambiamento climatico che >

Fotolia.com



citi

by
Linde

easy going.



Son finiti i tempi duri...

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

Citi Truck Linde. Innovativo, universale e efficientemente progettato apposta anche per il trasporto su automezzi destinati alla distribuzione capillare delle merci in città. Compatto, agile, efficiente ed ecologico, il Citi Truck è in grado di risolvere tutti i problemi comuni con le consegne cittadine: la soluzione easy going per accelerare il tuo business. Citi Truck Linde: la città non sa più opporsi.

www.citi-truck.com

Linde Material Handling

Linde



ha generato disastrose ripercussioni sui raccolti, ha pesato soprattutto il mercato finanziario dei futures, che ha dato via libera alla speculazione che ha transato anche più di 40 volte la reale disponibilità del grano e più di 20 quella del mais. In Brasile, ad esempio, che è uno dei principali esportatori di grano in Algeria, Libia, Tunisia, Egitto, Sudan, Siria, Marocco, Emirati Arabi e Yemen, nei primi due mesi dell'anno il valore di questa commodity è salito del 40%, raggiungendo i 175 milioni di dollari.

Le conseguenze sulla vita reale della gente sono state drammatiche, portando alla rivolta persino Paesi come l'Egitto, quello più amico dell'Occidente (con il quale l'Italia registra un interscambio positivo con export soprattutto di apparecchiature e prodotti siderurgici) e ponte tra il Maghreb ed il Medio Oriente. Primo importatore mondiale di grano con 10 milioni di tonnellate annue per 80 milioni di abitanti, in Egitto il reddito procapite per famiglia è speso per l'80% per l'alimentazione (contro il 15-20% della famiglie europee), molto similmente a quanto accade anche nei Paesi arabi esportatori di gas e petrolio come l'Algeria (con la quale l'Italia stava incrementando l'export di prodotti siderurgici, semilavorati e prodotti per l'edilizia), uno dei primi focolai di protesta

per il caro-vita, che in pochi mesi ha visto il prezzo di un chilo di zucchero schizzare da 70 dinari (25 centesimi di euro) a 150 dinari.

Similmente a quanto è accaduto anche in Tunisia, Paese dal 2008 nella zona di libero scambio dei prodotti industriali, sul cui territorio gli imprenditori italiani hanno insediato oltre 750 imprese (agroalimentare, farmaceutica, alta tecnologia) e con il quale l'interscambio commerciale dell'Italia è positivo, al secondo posto dopo la Francia.

E' proprio da questo Paese che si è accesa la miccia esplosa in Libia. Infatti, se da un parte ha il maggiore PIL procapite di tutto il Maghreb, dall'altra la Libia presenta un'economia interna squilibrata, in cui solo 1,9% del PIL è generato dal settore primario (stima dell' Economist Intelligence Unit). La sua dipendenza dall'import di prodotti alimentari è enorme ed è proprio dalla Tunisia che proviene la maggior parte degli approvvigionamenti, ad esempio, uova, latte e mais. I disordini dei gelsomini hanno interrotto le forniture, gene-

rando rincari generalizzati a cui Gheddafi ha risposto con un'elargizione pro capite per famiglia bisognosa del valore di circa 415 dollari, che a sua volta ha generato un'inflazione interna galoppante amplificando le contraddizioni e facendo esplodere una vera e propria polveriera.

Certo, i Paesi arabi per un motivo o per un altro sono tutti vitali agli equilibri internazionali, per il greggio, per il gas, per Suez, per il Bahraim (base della V flotta militare USA per l'Afghanistan e l'Iraq), per gli Emirati Arabi Uniti che esportano nei Paesi del Golfo il 70% di ciò che importano (giocando un ruolo propulsivo anche per le PMI italiane), per la sicurezza e l'emigrazione, per la disponibilità finanziaria. Ma fra tutti è la Libia che oggi traina e condiziona i processi geopolitici internazionali. Oltre ai quasi 70 miliardi di dollari, ora in gran parte congelati,

investiti in vari Paesi soprattutto occidentali dalla famiglia Gheddafi, attraverso la Libyan Investment Authority e la Lybian Arab Foreign Investment Company (Lafico), ed alle ghiotte commesse per le opere infrastrutturali, secondo accreditati rapporti citati dalla stampa specializzata, la Libia si estende sulle riserve

provate di greggio più consistenti d'Africa (oltre 44 miliardi di barili) e sulla terza riserva provata di gas (oltre 1500 miliardi di m3), dopo la Nigeria (oltre 5200 m3) e l'Algeria (oltre 4500 m3). I Paesi stranieri presenti su quel territorio attraverso le compagnie petrolifere che erano arrivate a produrre complessivamente 1,8 mil di barili al giorno (pari al bisogno energetico giornaliero di un >

**Opportune riforme
potrebbero creare
in Nord Africa
un ampio bacino
produttivo
manifatturiero,
a costi competitivi**

Semplicità e creatività
le nostre tecnologie per competere.



 **ToolsGroup**

per prevedere la domanda di mercato, ottimizzare
le scorte, pianificare la distribuzione,
la produzione e gli acquisti.

www.toolsgroup.it



Paese come l'Italia) sono molti, ma quello che sta condizionando maggiormente le valutazioni e le scelte della stessa Ue verso la Libia e il mondo arabo e africano sono gli affari economici esteri della Cina, ben presente territorialmente in molti Paesi specialmente centroafricani, ma contraddistinta da una politica di non ingerenza negli affari locali, che risponde alla sua doppia natura. Infatti, sebbene in termini di PIL complessivo sia seconda solo agli Stati Uniti costringendola, dopo aver lasciato la fase di forte crescita economica dello start up, a una forte politica di stabilità interna per il mantenimento degli investimenti stranieri, che a fine 2010 ammontavano a 106 miliardi di dollari, la Cina è al tempo stesso nelle classifiche dei Paesi in via di sviluppo per PIL procapite. Contemporaneamente agli affari economici anche di natura finanziaria, come la detenzione del 12% del debito pubblico spagnolo analogamente a quanto fatto anche con i titoli di Stato di Grecia e Portogallo, la Cina "esporta" in tutto il mondo milioni di cinesi. Al momento dello scoppio della guerra civile libica, sulla base di commesse del valore di miliardi di dollari, tra sfruttamento dei pozzi petroliferi, telecomunicazioni, costruzione di

linee ferroviarie e di oltre 20.000 abitazioni erano presenti nei campi di lavoro libici oltre 30.000 cinesi ora tutti evacuati, ma pronti a ritornare ad acque calme. Certo, interessi economici non delle proporzioni di quelli che ha in Angola e in Zambia, ma la politica di distanza dalle questioni locali le ha consentito di "di-

La Cina svolge un ruolo strategico in Africa, Libia inclusa, dove - prima della guerra - c'erano 30 mila lavoratori asiatici

slocare" cinesi (circa 10 milioni) anche in paesi politicamente molto instabili come Congo, Sudan, Burma e Pakistan.

Ma c'è anche

l'altra faccia della medaglia, che

potrebbe preoccupare non poco Hu Jintao. Alcuni osservatori asiatici ritengono che il Nord Africa possa diventare per l'Occidente una valida alternativa alla Cina. La vicinanza geografica all'Ue e opportune riforme interne, potrebbero dare impulso alla creazione di un ampio bacino produttivo manifatturiero a costi competitivi, con accesso preferenziale ai mercati di consumo europei, come già avviene per l'abbigliamento prodotto in Egitto. Uno sviluppo industriale nordafricano potrebbe competere anche per gli approvvigionamenti degli Stati del continente africano, come Nigeria

e Ghana, che attualmente vengono riforniti dai distretti industriali e commerciali di Guangzhou e Bangkok, e portare a un ridistribuzione delle produzioni degli impianti industriali insediati in Asia e destinante all'Ovest di aziende come la Nike, che attualmente impiega 200.000 unità in Vietnam e solo 5000 in Egitto. Insomma uno dei disegni realistici potrebbe prospettare un'economia della fascia nordafricana interessante per gli europei quanto il Vietnam, mentre la Turchia potrebbe assumere un ruolo economico equivalente a quello cinese, essendo riuscita a conciliare Islam e modelli europei. Insomma il Mediterraneo potrebbe conquistarsi un ruolo autonomo.

Il punto è auspicare un accompagnamento geopolitico pacifico dei Paesi arabi, dalla Mauritania la sola finora silenziosa sotto dittatura dell'ultimo colpo di Stato del 2008, ai Paesi del Golfo Persico, verso lo sconvolgimento del dualismo ideologico ed economico che porta alla pericolosa instabilità economica e politica internazionale, in cui confliggono l'antiamericanismo, che favorisce e rafforza la Cina, e il sentimento anticinese che sta aleggiando nel mondo arabo per la forte presenza territoriale dei cittadini asiatici che richiama alla memoria il doloroso passato colonialista. ■

EIRE

EXPO ITALIA REAL ESTATE



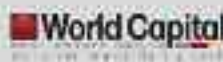
THE REAL ESTATE EVENT – THE REAL COMMUNITY

L'EVENTO FIERISTICO INTERNAZIONALE PER I PROFESSIONISTI
DEL REAL ESTATE DOVE LA COMMUNITY DI EIRE SI RITROVA PER:

- CONFRONTARSI CON I NUOVI TREND DI MERCATO
- ATTRARRE NUOVI INVESTIMENTI
- PRESENTARE NUOVI PROGETTI E OPPORTUNITÀ
- CONSOLIDARE E SVILUPPARE RELAZIONI DI BUSINESS

MILANO,
7 - 9 GIUGNO 2011
fieramilano

ENTRA NELL'EIRE COMMUNITY:
WWW.ITALIAREALESTATE.IT



IN COLLABORAZIONE CON:

GRUPPO24ORE

PIÙ PARTNER:



Daily RE TV
Questioni Immobiliari



PIU' CONCESSIONARI NELLA RETE DI UNICAR

Il distributore di carrelli Yale nel nord Italia si rafforza a Mantova, Modena, Verona e Udine. E punta a conquistare il 6% del mercato.

di **Ornella Giola**



DA SINISTRA MELONI, SPREAFICO E PASQUALE

Unicar inizia la sua avventura nel settore della movimentazione nel 1992 quando il sodalizio con Yale Materials Handling Corporation, azienda leader nel mondo e Casa costruttrice di carrelli elevatori di qualità, introduce nel mercato del nord-italia il marchio Yale. Da allora la nostra presenza nel settore dei carrelli elevatori si è fatta sempre più importante, con la garanzia di un grande marchio e un servizio certificato ISO9001:2000", esordisce così Luca Spreafico, giovane e dinamico vice-presidente di Unicar, importatore, appunto, di carrelli Yale nel nord Italia, a eccezione di alcune aree. Lo incontriamo nell'attuale sede di Cassago Brianza (Lecco), attuale, in quanto a breve la struttura Unicar verrà trasferita nella vicina località di Nibionno (foto qui a lato), dove accanto

agli uffici vi è anche un'ampia area di stoccaggio, dove sono collocati oltre 250 carrelli, pronti per essere consegnati real time ai concessionari. Assieme a Spreafico incontriamo anche il responsabile commerciale Gianpaolo Meloni e il nord-ovest area regional manager e branch development dell'azienda Roberto Pasquale.

L'azienda vuole dire 56 dipendenti, di cui 25 tecnici specializzati, due filiali (a

Ravenna e a Settimo Torinese-Torino), 12 concessionari, 13 furgoni attrezzati, uno stock di 250 carrelli nuovi di zecca, una copertura del mercato nazionale di oltre il 50% (con concessionari in Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia), un market share del 4% (destinato a salire al 6% nel 2011), 616 unità vendute nel 2010 e una flotta noleggio di 700 carrelli. Di recente la società ha acquisito nuove concessionarie a Udine (Sacer), Verona (Bi.Car), Mantova (Costa & Zaninelli) e Modena (Gi-Car) e anche per festeggiare tale fatto ha organizzato un evento nella superba cornice di Villa Gallarati Scotti in Oreno di Vimercate. *"Tale incontro - chiarisce Meloni - ha segnato per Unicar e la sua rete commerciale l'inizio di una nuova epoca dalla quale tutti si aspettano notevoli risultati, forti anche del fatto di essere supportati da partner ideali per fare decollare le proprie aziende. La finalità principale del meeting non è stata quella di analizzare numeri e strategie, ma*



di creare coesione tra i nostri dealer storici e i nuovi concessionari che si sono affacciati in quest'ultimo anno al mondo Unicar". E in effetti la volontà di dar vita a una squadra forte, coesa e vincente ha riecheggiato per tutta la durata dell'evento. "Rivolgersi alla rete Unicar – afferma Pasquale – non significa soltanto acquistare ottimi carrelli elevatori. Ai nostri clienti offriamo, infatti, una serie ampia e flessibile di servizi post-vendita: consulenza, manutenzione, ricambi, servizi personalizzati per rispondere alle varie e specifiche richieste. La vendita, insomma, è soltanto il nostro punto di partenza, anche perché oggi il mercato chiede soprattutto di poter contare su una struttura che dà risposte reali e concrete". Tra i servizi post-vendita di Unicar figurano anche vari contratti di manutenzione, addestramento per il personale tecnico, piani di noleggio a breve e a lungo termine e piani finanziari su misura.

"A proposito di quest'ultima voce vorrei precisare un aspetto – aggiunge Meloni – Oggi la parte del leone nel nostro settore la fa il noleggio, ma noleggiare carrelli comporta una forte esposizione finanziaria cui i concessionari fanno sempre più fatica a far fronte, complice anche le regole bancarie sempre più severe. Ed è allora proprio qui che Unicar ha deciso di giocare una partita importante, finanziando i concessionari cui consente pagamenti fino a 60 mesi e a

UNA DICIANNOVENNE GRINTOSA

Ecco in sintesi le tappe della storia di Unicar

1992: inizia il sodalizio con Yale e vende di 10 nuovi carrelli elevatori

1993: apre la filiale di Ravenna

1993-94: ottiene il riconoscimento di "Distribution of the year"

1995: nomina di 10 dealer nell'Italia del nord

1997: introduce la vendita WHE

1992-2002: decennio in cui la sua vendita di carrelli centuplica le unità

1998-2008: vende in media 980 carrelli l'anno

2007: ottiene da Yale il riconoscimento di avere raggiunto quota 140% del target assegnato con 1168 carrelli elevatori nuovi venduti, dando un contributo sostanziale alla crescita di Yale in Europa

2010: a causa di una ristrutturazione commerciale in Italia di Yale perde i territori di Milano, Bergamo, Piacenza, Lodi, Cremona e la Toscana

2010: inaugura una seconda filiale a Settimo Torinese (Torino)

2011: acquisisce nuovi importanti dealer

CHI È YALE MATERIALS HANDLING CORPORATION

È un'organizzazione mondiale che fa parte di Nacco Materials Handling Group (NMHG). NMHG è il più grande produttore di carrelli elevatori degli Stati Uniti e il terzo a livello mondiale, con un fatturato di 1,5 miliardi di dollari.

NMHG progetta, sviluppa e produce una gamma completa di carrelli elevatori frontali e da magazzino sotto il marchio Yale.

In Europa tre sono i centri di produzione: Craigavon (Irlanda) per i controbilanciati diesel ed elettrici; Nijmegen (Olanda) per i carrelli di grosse portate; Masate (Italia) per

i carrelli elevatori da magazzino. In tali impianti vige il sistema di gestione ambientale ISO 14001. Siamo dunque in presenza di una società globale, certificata ISO 9001:2000, con oltre 7000 dipendenti in tutto il mondo, 11 stabilimenti di produzione e 4 centri di distribuzione ricambi, il 97% di produzione europea, oltre 50 milioni di dollari di investimento medio annuo nel settore ricerca e sviluppo e 400 tecnici impegnati nella ricerca, nello sviluppo e nella produzione.



tassi d'interessi molto vantaggiosi, senza contare il fatto che – proprio perché disponiamo di un ampio stock di carrelli – siamo in grado di effettuare consegne in sette giorni (un record per il settore, ndr). Tutto questo perché il nostro obiettivo è quello di crescere assieme ai concessionari, senza bypassarli, andando direttamente al cliente finale come fanno altre Case". Quanto ai trend di mercato Spreafico non ha dubbi: "Il 2010 ha recuperato bene sul tragico (per tutto il settore, ndr) 2009; i primi mesi del 2011 fanno sperare in una chiusura

dell'intero anno a un +10%. Una cosa è però chiara: tornare ai risultati antecedenti alla grave crisi del 2009 è impensabile, anche perché prima di quella data il mercato era di fatto 'gonfiato' con molte Case che producevano macchine, le mettevano sul piazzale, ma poi non le vendevano. Tra i settori che stanno fornendo più chiari segnali di ripresa c'è quello della logistica in conto terzi, dal momento che la crisi economica ha spinto anche in Italia le aziende produttrici a una maggior terziarizzazione della logistica". ■



COSÌ SI AUTOMATIZZA LA GESTIONE DEI RESI

Il magazzino, un hub multi – cliente di Ceva a Stradella che distribuisce libri in tutta Italia, dispone di un impianto di sorting automatizzato dedicato ai volumi restituiti da librerie e punti vendita.

di **Sara Perotti**

Nello scorso numero di *Euromerci* abbiamo presentato il caso di Città del Libro, il grande hub logistico multi – cliente di Ceva per il settore dell'editoria. Il magazzino, ubicato a Stradella (Pavia), ha funzione di magazzino di distribuzione libri in tutta Italia e opera grazie al supporto di WMS, radiofrequenza e una parziale automazione dei processi.

Il sito, inaugurato ufficialmente lo scorso ottobre, è attivo da diversi mesi a pieno regime: sono attualmente 62.000 le referenze gestite nel complesso, con oltre 90 milioni di libri finora movimentati e 20 milioni di copie realizzate nel solo periodo di picco fra ottobre e dicembre. La soluzione precedente a quella in esame prevedeva diversi depositi in cui venivano gestiti i prodotti del settore; la dispersione sul territorio non consentiva tuttavia una gestione ottimizzata dei flussi. Alla luce delle esigenze rilevate, Città del Libro nasce con la finalità primaria di "accorciare" la filiera logistica mediante l'integrazione delle attività inbound, outbound e gestione resi, allo scopo di ottenere un'ottimizzazione dei flussi e una riduzione dei costi logistici connessi. La concentrazione di numerosi editori in un unico sito consente la creazione di economie di scala, a fronte

della condivisione di aree, sistemi informativi, modalità di automazione e personale specializzato. L'impianto si estende su una superficie complessiva di 80.000 mq, suddivisi in due macro-blocchi (in uno vengono gestiti i prodotti di un editore di riferimento nel panorama editoriale italiano, mentre il secondo è prevalentemente dedicato a un distributore di prodotti editoriali leader in Italia). Ognuno di essi è ulteriormente ripartito in sotto-aree di circa 10.000 mq l'una, dedicate a uno o più clienti specifici. A ciò si aggiungono altri 2.000 mq di area esterna coperta attrezzata per la ricarica dei carrelli (sono oltre 200 i mezzi di movimentazione impiegati all'interno del magazzino di Stradella). Infine il magazzino si completa con un'ulteriore area in cui è operativo un impianto automatizzato dedicato alla gestione

dei resi in arrivo dalle librerie. La soluzione appare particolarmente interessante: il sistema effettua in automatico lo smistamento dei volumi in base all'ubicazione a loro assegnata a magazzino, consentendo agli operatori di "accorpate" gli articoli in base al corridoio di destino e ottimizzare le missioni di messa a stock, riducendone notevolmente le percorrenze. In precedenza, la gestione dei resi all'interno dei diversi depositi dedicati al settore editoria ve-

ESTERNO DELL'IMPIANTO DI STRADELLA





SISTEMA AUTOMATIZZATO DI SORTING IMPIEGATO A SUPPORTO DELLA GESTIONE RESI

niva effettuata interamente in modo manuale: i volumi in arrivo dalle librerie, una volta superati i controlli in ingresso, venivano caricati su roll container e, attraverso missioni ad hoc supportate da liste cartacee, erano riportati a magazzino. Tale soluzione risultava particolarmente onerosa, in quanto comportava tempi e percorrenze lunghi (la collocazione degli articoli ai vani era eseguita dagli operatori che dovevano realizzare ogni volta un giro completo del magazzino) e un maggiore rischio di errori durante la fase di allocazione. Nel nuovo impianto, a fronte dell'elevato numero di referenze da gestire, l'introduzione di un supporto automatizzato in questa fase è volta a incrementare l'efficienza e l'efficacia delle operations, mirando in particolare a ridurre le percorrenze degli operatori, rendere efficienti le missioni, incrementare il presidio sul processo e minimizzare gli errori.

Come anticipato, il magazzino di Stradella dispone di un'area interamente dedicata alla ricezione dei resi in arrivo dalle librerie, con l'obiettivo di ricollocarli a magazzino. I volumi sono inizialmente sottoposti a controlli visivi al fine di accertarne caratteristiche e integrità. Una volta superata la verifica iniziale, sono caricati sul sistema automatico per essere oggetto di smistamento. In particolare, la nuova soluzione im-

plementata prevede un sistema di sorting automatico costituito da 2 sorter. All'ingresso dei sorter i volumi sono sottoposti a un duplice processo di identificazione mediante lettura del codice a barre; sulla base del barcode, il sistema associa la rispettiva allocazione a magazzino. Una volta identificati, i volumi sono collocati manualmente (da operatori dedicati) su appositi "vassoi" che compongono una linea automatizzata in loop. La linea è costituita complessivamente da 96 vassoi ed è dotata di 84 uscite, a valle delle quali sono posizionati altrettanti carrelli. Sulla base della propria allocazione a scaffale, ogni volume viene espulso dal vassoio su cui era stato collocato e confluisce nell'uscita assegnata dal sistema. In corrispondenza di ciascuna uscita vengono convogliati i volumi accomunati da ubicazioni "vicine" a magazzino, corrispondenti a uno o due corridoi attigui. Al fine di mantenere integre le caratteristiche del prodotto, tutti i carrelli operativi nelle diverse uscite sono dotati di un fondo che si abbassa progressivamente man mano che viene caricato con nuovi volumi.

Una volta che un carrello è pieno, viene prelevato: il contenuto è caricato su roll-container e portato a magazzino. Le missioni sono realizzate da operatori che lavorano seguendo una logica di tipo 'operatore-verso-materiali'.

Con riferimento al grande hub logistico multi-cliente per il settore editoria descritto nello scorso numero, si è qui presentato l'impianto automatizzato in essere dedicato alla gestione dei resi. Il sistema di smistamento automatico, costituito da due sorter caratterizzati da vassoi disposti in loop su cui sono caricati i singoli volumi in arrivo dalle librerie, effettua in automatico lo smistamento dei volumi in base all'ubicazione a loro assegnata a magazzino. Il sistema consente agli operatori di "accorpate" i volumi in base al corridoio di destino e ottimizzare così le missioni di messa a

stock, riducendone notevolmente le percorrenze. Fra i principali benefici, l'azienda ha finora rilevato un generale incremento dell'efficienza del processo di gestione dei resi, grazie in particolare a una significativa riduzione delle percorrenze rispetto alla soluzione precedentemente in uso, un miglioramento del presidio sulle operations e una riduzione degli errori. ■

Due sono i sorter riservati alla gestione dei volumi resi, che al loro ingresso s'identificano in base al barcode

TOYOTA SI PREPARA COSÌ ALLA RIPRESA

Nonostante un 2009 non brillante per il settore, la Casa nipponica si presenta, più agguerrita che mai, al Cemat 2011 con diversi prodotti inediti che puntano su riduzione dei costi e sicurezza nei magazzini.

di **Alessia Furia**



HAKAN DAHLLOF

“Uno dei contesti economici più turbolenti dell'intera storia aziendale. Dal 2008 ad oggi è stato, senza dubbio, il periodo più difficile degli ultimi 75 anni.” Ad evidenziare -

con un filo di emozione - quanto il momento sia delicato per il mondo dei carrelli elevatori è stato Hakan Dahllof, presidente di Toyota Material Handling Europe (TMHE), nel corso del Toyota MH press event di Mjølby, in Svezia. L'evento internazionale, cui hanno preso parte circa un centinaio di giornalisti provenienti da tutta Europa, ha voluto mettere l'accento sul fatto che, nonostante la crisi fi-

La crisi economica e quella del settore vengono vissute dal costruttore come una sfida al cambiamento

nanziaria e gli innegabili e repentini cambiamenti del mercato abbiano causato complessivamente nei vari Paesi europei da un - 40% a un - 60% di domanda di carrelli, TMHE ha tutte le carte per reagire. La crisi, insomma, non guarda in faccia a nessuno. Neanche a un colosso come Toyota Material Handling Europe nata nel 2001 dalla fusione di due società già forti Toyota e BT. “Nonostante, fossimo leader di mercato da quando è stata acquisita BT - continua Dahllof - era chiaro che in determinate aree avremmo potuto diventare ancora più forti ed efficienti. La cri-

IN ITALIA NEL 2009 -40% DI VENDITE, MA LA CRISI È ALLE SPALLE

Durante l'evento svedese, abbiamo intervistato Andrew Elliot, direttore marketing di TMHE, il quale ci ha parlato delle strategie future in Italia e in Europa.

Quali ripercussioni ha avuto la crisi nei vari Paesi in cui siete presenti? Quali contromisure avete adottato?

■ Il peggio della crisi è passato. Ovviamente in Europa alcuni Paesi si stanno riprendendo più velocemente di altri, come la Germania rispetto alla Francia e all'Italia. Mentre la Spagna sta facendo fatica e dopo 2-3 anni di recessione non riesce a tornare ai livelli di quattro anni fa. Poi abbiamo Irlanda, Portogallo e Grecia dove il mercato è estremamente difficile. In alcuni



Stati dell'Europa centrale, come ad esempio la Polonia, in realtà non c'è stata la recessione e si stanno effettuando notevoli lavori infrastrutturali. In Russia, invece, il mercato è praticamente sparito durante la crisi, ma adesso si sta riprendendo molto velocemente. Le nostre vendite sono crollate più della metà nel 2009. Una contromisura che abbiamo applicato è stata la riduzione della forza lavoro, tuttavia, ci consola il fatto di essere riusciti a non chiudere nessun stabilimento.

Con quali brand state ottenendo i migliori risultati di vendita? Ci sono sviluppi nella vostra strategia europea?

■ La nostra quota di mercato in Europa si attesta intorno al 20%, con un focus nell'equipaggiamento dei magazzini.

si ci ha costretto, ma ci ha anche aiutato a perseguire queste possibilità. Proprio nell'acronimo TMHE è insito questo profondo cambiamento: la nota qualità del marchio Toyota per i carrelli controbilanciati e le caratteristiche di innovazione e modernità delle macchine per magazzino BT. Una trasformazione che ha portato, tra l'altro, ad adottare una struttura più agile ed efficiente, ad adattare le capacità degli impianti e ridurre l'organico. Toyota Material Handling Europe è nata dall'idea di creare una forte organizzazione europea con una rete di vendita e assistenza locale, formata da varie società di vendita diretta affiancate da una rete dedicata di distributori e rivenditori indipendenti. Questo modello ha dimostrato di funzionare molto bene perché ci permette di mantenere un contatto molto stretto con il mercato".

Ma tutto questo non basta, l'azienda per superare la difficile congiuntura economica è pronta a tutto, a ripensarsi in una chiave di lettura in-



NEGLI STABILIMENTI SI PUNTA SULLA "QUALITÀ TOTALE"

TMHE è stata costituita con la precisa idea di creare un'organizzazione europea a tutti gli effetti

novativa, attraverso una visione ancora più improntata all'efficienza e alla flessibilità. L'occasione per sfoderare le sue armi vincenti sarà il Cemat 2011 (dal 2 al 6 maggio prossimi ad Hannover, in Germania), la più importante esposizione mondiale per il settore dell'intralogistica. Dove TMHE si presenterà con nuove idee e nuove strategie. "Idee innovative per andare incontro ai nostri clienti" – afferma Dahllof – una sfida, certo, che noi viviamo anche come un'opportunità". E

quali sono le strategie vincenti nelle quali l'azienda è pronta a scommettere il suo futuro? Si parte dal lancio di nuovi prodotti, che verranno presentati alla fiera tedesca e che abbiamo potuto apprezzare in anteprima durante l'evento in Svezia. Prodotti che consentono, innanzitutto, la riduzione dei costi per il cliente, senza perdere di vista altri fattori importanti, vale a dire qualità, prestazione e sicurezza e sostenibilità. "La crisi ci ha costretto a modificare velocemente le nostre operazioni" – conclude Dahllof – ma siamo sicuri che le nuove strategie messe in campo ci condurranno fuori dalla crisi, verso la futura ripresa del mercato". In particolare, è l'automatizzazione dei prodotti, che TMHE insegue con convinzione, pa- >

Abbiamo una posizione forte in Italia e nell'Europa del Nord, da dove ha origine BT. E comunque sono buone le quote di mercato nella maggior parte dei Paesi europei per tutti i nostri brand: Toyota, BT e Cesa. Quest'ultimo è particolarmente forte in Italia, dove ha radici consolidate. In programma abbiamo di continuare a sviluppare il brand Cesa con il lancio di nuovi prodotti in tutta Europa.

A proposito dell'Italia, come è suddiviso il mercato dei carrelli nel 2010?

■ Nel 2010 il mercato dei carrelli frontali prevede 73% di elettrici e 27% di termici. Il volume di mercato dei carrelli elevatori (frontali + carrelli da magazzino) è stato pari a 29.700 unità, contro le 24.400 unità del 2009 e le 39.900 unità del 2008. Secondo le nostre stime, anche in Italia la

quota del noleggio è tra il 30% ed il 40% delle vendite.

In Italia la vostra rete vendita è indiretta, mentre è diretta nel resto del Continente. Perché? Che cosa contraddistingue il nostro dagli altri Paesi europei?

■ L'Italia presenta una struttura di mercato diversa rispetto ad altri Paesi, con una forte presenza, circa il 70%, di carrelli elevatori elettrici, mentre il resto dell'Europa si attesta intorno al 45%. L'Italia per tradizione storica si caratterizza per avere dealer e fabbriche locali. Noi rispettiamo questa peculiarità e siamo orgogliosi della nostra rete di dealer italiani con cui continuiamo a voler lavorare. Anche in altri Paesi i clienti preferiscono che si lavori con i dealer, come la Spagna in cui ve ne sono 20, la Germania 25 e la Francia con una rete consolidata.

v

Oggi il costruttore nipponico vanta ben due milioni di veicoli a motorizzazione ibrida venduti in tutto il mondo

rola d'ordine per quei clienti che aspirano a ridurre il più possibile il costo unitario dei carichi di merci che movimentano. Tutto questo genera delle ripercussioni positive sui livelli di efficienza, della produttività e della sicurezza. Il cammino virtuoso in questo senso è già iniziato con la scelta di sviluppare soluzioni di stoccaggio ad alta densità e soluzioni automatizzate. Altro pilastro fondamentale sul quale l'azienda è pronta a scommettere è il tema della sicurezza.

Che l'ha spinto ad aderire con convinzione alla campagna sulla manutenzione sicura dell'Agenzia europea per la sicurezza e la salute sul lavoro (EU-OSHA). Di grande attualità anche il ruolo trainante di TMHE e le sue

innovazioni nelle nuove tecnologie energetiche che l'hanno portata sempre più a investire nei sistemi ibridi. Oggi Toyota vanta ben due milioni di veicoli a motorizzazione ibrida venduti in tutto il mondo. ■

AL CEMAT 2011 CI SARANNO LE NOVITÀ BT RADIOSHUTTLE, BT VECTOR C E BT OPTIO H

Al Cemat 2011, quest'anno incentrato sulla crescita continua dello shopping online, domanda di utilizzo più efficiente dello spazio, nuove fonti energetiche ecologicamente sostenibili e una costante esigenza di riduzione dei costi, saranno presentati i nuovi carrelli per magazzino di TMHE in linea con l'evoluzione delle esigenze di stoccaggio ad alta densità e commissionamento. Il boom dello shopping online sta facendo crescere l'importanza dei processi di commissionamento. Anche in questo campo Toyota Material Handling offre una risposta innovativa con la nuova linea BT Optio (H-series 1.0-1.2 tons), una famiglia di commissionatori per livelli alti e bassi. Saranno presentate anche le ultime novità per lo stoccaggio ad alta densità, tra cui la nuova generazione del sistema BT Radioshuttle, il sistema di stoccaggio per scaffalature a tunnel e i nuovi modelli per corsie strette (VNA - Very Narrow Aisle) della gamma BT Vector (C-series 1.0-1.5 tons) che permettono di utilizzare fino a 60 posti pallet in più per corsia rispetto alle offerte VNA convenzionali.

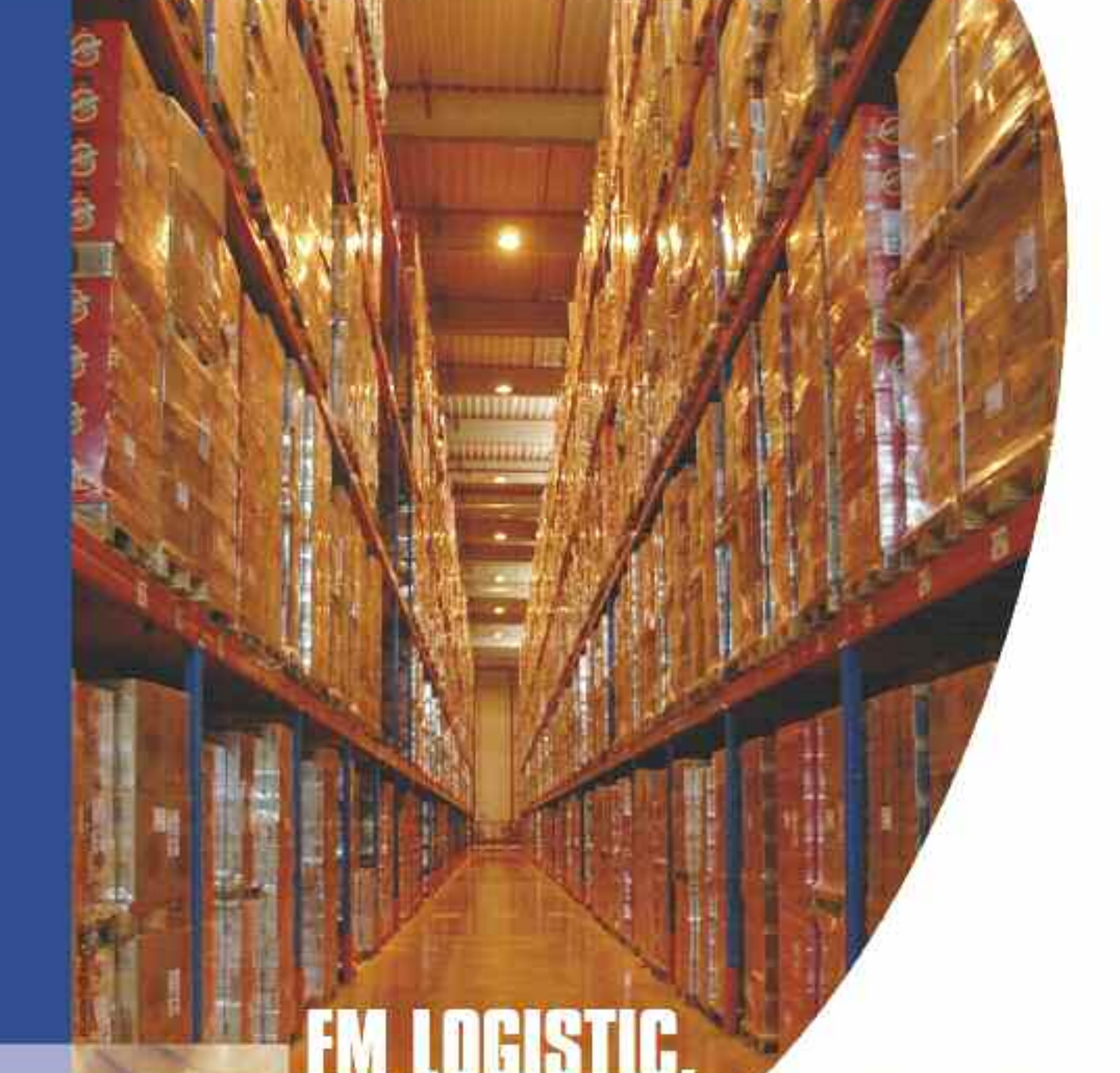


Il noleggio è ancora una scelta valida nel settore dei carrelli elevatori? Quali sono le sue effettive prospettive?

■ Questa soluzione è stata adottata dai nostri clienti nel periodo di crisi, consentendo loro di focalizzarsi sul proprio core business. In Europa la quota di penetrazione del noleggio è pari al 40%, di cui la più significativa è nel Regno Unito, dove arriva fino al 70%. L'Italia è sotto la media europea, ma - secondo me - potrebbe aumentare. In futuro i clienti apprezzeranno la maggiore flessibilità dei servizi a noleggio, in particolare dei carrelli usati e nuovi. Del resto è nostro compito offrire uno spettro completo di prodotti e servizi per soddisfare le diverse esigenze dei clienti.

Quali sono le strategie che avete adottato per far fronte a una concorrenza sempre più agguerrita, anche da parte di nuovi costruttori provenienti da Paesi emergenti? Quali servizi state mettendo in atto?

■ Alcune aziende temono la concorrenza della Cina, noi no. Perché crediamo di offrire un ottimo servizio di supporto e un'ottima rete di vendita in tutta Europa. Ai nostri addetti commerciali insegniamo ad ascoltare con attenzione il cliente, i suoi bisogni e a proporre soluzioni che possano soddisfarli nel migliore dei modi. Se siamo in grado di offrire un buon servizio e aiutiamo il nostro cliente a condurre il proprio business, lui tornerà da noi, al contrario se gli vendiamo un prodotto sbagliato lo perderemo.



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

QUELLA CATENA NON VA SPEZZATA, MAI!

Ecco le regole previste dall'Unione Europea e che occorre assolutamente rispettare nella distribuzione dei prodotti surgelati.

a cura di **Luigi Lissoni**

Quando si parla di “catena del freddo” il primo pensiero corre ai prodotti surgelati. L'accostamento è esatto, anche se i surgelati non sono la sola categoria alimentare interessata a questa importante “catena”, garanzia di qualità, igiene e sicurezza alimentare. Hanno, infatti, una loro catena tutti quei prodotti che, nel percorso dal produttore al consumatore, devono essere mantenuti a una data temperatura, anche superiore a 0°C, come nel caso dei refrigerati. I surgelati si distinguono in questo panorama perché devono essere commercializzati a una temperatura massima di -18°C e questo requisito contribuisce al mantenimento della qualità originaria del prodotto. Ma facciamo un passo indietro: cosa si intende per “catena del freddo” quando si parla di prodotti surgelati? Il percorso dei prodotti surgelati dalla cella di conservazione del produttore (generalmente tenuta a -28°C) fino al posizionamento nel banco di vendita presuppone le seguenti operazioni: carico del prodotto su appositi mezzi di trasporto, scarico, trasporto del prodotto in pedane, trasporto del prodotto in cartoni, stoccaggio in celle frigorifere intermedie e carico dei banchi di vendita.

Ogni singola operazione è vista come un anello di una catena in cui non si deve mai fare innalzare la temperatura del prodotto surgelato e l'unione di questi anelli dà vita alla cosiddetta “catena del

freddo” dei prodotti surgelati, la quale non si deve mai interrompere. Gli operatori (produttori, trasportatori e distributori) sono chiamati a dare il loro contributo, facilitati in questo da un insieme di norme, chiare e valide per tutta l'Europa, tenendo presente che il processo di surgelazione consiste nel portare il prodotto, con la necessaria rapidità, a una temperatura di -18°C in tutti i suoi punti. Queste le regole Ue:

❶ le celle di stoccaggio devono avere strumenti di registrazione automatica, che misurino a intervalli regolari la temperatura dell'aria. Le registrazioni della temperatura sono a disposizione degli Enti preposti al controllo e devono essere datate e conservate dagli operatori per almeno un anno.

❷ I mezzi di trasporto devono disporre di strumenti di registrazione della temperatura dell'aria nel vano trasporto. La temperatura viene registrata ogni 5 mi-

nuti per viaggi entro le 24 ore e ogni 20 minuti per viaggi di durata superiore.

❸ I mezzi di trasporto per la distribuzione locale, con portata non superiore a 7 tons, devono avere un termometro ben visibile che misuri la temperatura dell'aria nel vano di trasporto.

❹ I banchi frigoriferi, se aperti, devono indicare la linea di massimo carico, che non va superata all'atto dell'immissione dei prodotti. Devono avere un termometro facilmente visibile che indichi la temperatura al punto di aerazione, a livello della linea di massimo carico.

❺ Gli armadi e i banchi chiusi devono avere un termometro facilmente visibile, collocato sul fronte. La gestione ottimale di questa catena garantisce, per i prodotti surgelati, che la temperatura non superi mai -18°C; durante il succedersi di queste operazioni sono tollerati, per brevi periodi, innalzamenti della temperatura nell'ordine di +3°C. ■

Fotolia.com





*Ci prendiamo cura
dei vostri prodotti*

***...in ogni istante
della loro vita!***



“Da oltre 75 anni Safim è un marchio di garanzia, qualità ed efficienza, **in tutte le fasi del processo logistico**, per più di 150 aziende. Tutti i giorni, 365 giorni l'anno.”

A. Crivello (CEO)

SURGELATI: ECCO CHI LI SCEGLIE E PERCHÉ

Dall'identikit condotto da IIAS- Istituto Italiano Alimenti Surgelati emerge in particolare la trasversalità dei consumatori di tali alimenti.

di **Gualtiero Aliprandi**

Identificare in modo inequivocabile l'identikit del consumatore di alimenti surgelati non è semplice, anche perché il consumo quotidiano di tali prodotti da parte degli italiani ha raggiunto livelli decisamente alti. Tuttavia, secondo quanto rilevato da IIAS- Istituto Italiano Alimenti Surgelati, gli alimenti sotto zero piacciono al 67% dei nostri connazionali e hanno un notevole successo specialmente tra i giovani, dove l'86% li consuma abitualmente, apprezzandone praticità e varietà. Ma il "frozen food", che mostra le percentuali di gradimento più elevate al nord (32% nel nord-ovest), piace molto anche ai single, che lo utilizzano in misura maggiore della media per i due pasti principali (44%).

Fattori quali l'affermarsi di famiglie mononucleari e single con nuovi stili di vita, l'invecchiamento globale della società e l'avanzata della multi etnicità stanno svolgendo un ruolo importante nel favorire la crescente popolarità dei cibi surgelati. Questi trend - in testa a tutti la forte presenza di single e il diffondersi di un nuovo modello familiare - stanno provocando un cambiamento nelle abitudini alimentari, che si indirizzano verso un maggior consumo di alimenti fuori casa (in particolare nel canale Horeca) e verso opzioni di cibi pronti ricettati e in monodose.

I cibi sotto zero piacciono al 67% degli italiani e l'86% dei giovani li consuma abitualmente

Da tenere poi presente il forte invecchiamento demografico che sta iniziando a favorire l'affermazione di diete legate a esigenze di salute e l'attitudine verso cibi più sicuri e salubri. Un altro deciso fattore di cambiamento attiene alla composizione delle famiglie, che in Italia tendono ad avere una prevalente struttura mononucleare (più di un quarto di esse è costituito da per-

sone sole). Resta poi da considerare l'aumento dell'immigrazione, una tendenza destinata a crescere; la presenza di giovani donne immigrate contribuisce all'affermazione di un'alimentazione diversificata, introducendo nuovi cibi caratteristici dei Paesi di origine. In termini di nuove tecnologie questo implica l'aumento di importanza di tecniche di conservazione degli alimenti.

Al di là delle caratterizzazioni di tipo sociologico, sono i vantaggi che i surgelati mettono a disposizione a definire l'autentico profilo del consumatore di alimenti surgelati, primo fra

Fotolia.com



tutti l'allargamento e la qualificazione dell'offerta. In questo caso parliamo di un autentico tratto innovativo, destinato ad ampliarsi e intensificarsi nel prossimo futuro e che ha contribuito a determinare il cambiamento dell'immagine dei surgelati. Da un lato, infatti, si conferma e si rafforza il giudizio sui tradizionali punti di forza di tali prodotti: facili da preparare, disponibili tutto l'anno, utili per chi non sa o non ama cucinare, preziosi come salva tempo e per il loro prezzo contenuto, igienici e puliti, senza scarti. A questi vantaggi si sono aggiunti nell'ultimo decennio nuovi plus: ottima distribuzione e reperibilità territoriale; varietà delle confezioni (piccole, medie e grandi) anche richiudibili; ampia scelta di tipi e ricette che rendono possibile il consumo di piatti della tradizione nazionale ed etnici; maggiore rapidità di preparazione grazie alle nuove tecnologie di produzione; elevata resa organolettica con un positivo rapporto prezzo/qualità.

A favore dei surgelati giocano poi fattori quali le garanzie offerte sul piano della sicurezza alimentare. Infatti nella produzione non vengono aggiunti conservanti e presentano una rintracciabilità che parte dal lotto di produzione; l'utilizzo di confezioni che garantiscono l'igiene; la certificazione da parte di marche serie; la completezza

informativa delle confezioni e infine la qualità delle materie prime. Il risultato di tutto ciò è che per circa 14 milioni di 14-79enni i cibi surgelati hanno costituito e costituiscono un'autentica "rivoluzione nell'alimentazione". Il settore del frozen food è oggi portatore di un proprio valore alimentare, in grado di favorire in-

teressanti e proficui sviluppi verso un'ulteriore valorizzazione della grande tradizione culinaria italiana. E ciò che le principali aziende del settore offrono ai consumatori è sostanzialmente un surgelato all'italiana, nel senso che l'industria di produzione si rivolge anzitutto alla materia prima italiana e solo quando occorre prenderla altrove, per la mancata disponibilità sul mercato del prodotto fresco, la va a cercare nelle zone maggiormente vocate e dove comunque esporta il know how italiano. Inoltre la cultura che detta le ricette dei piatti è assolutamente espressione del *made in Italy*. ■

**Le aziende
del settore
offrono surgelati
"all'italiana"
con l'approvazione
di circa 14 milioni
di acquirenti**

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

"150 AZIENDE TUTTI I GIORNI CI SCELGONO"

E' quanto afferma l'AD dell'operatore piemontese specializzato nel freddo che sta anche ampliando la piattaforma di None (Torino).

di Giulia Vivis

Ogni giorno 150 aziende scelgono la nostra organizzazione per i suoi servizi, che prevedono tra l'altro la presenza di piattaforme logistiche per ortofrutta freschi e surgelati per la GDO, per il settore ittico e conserviero delle aziende commerciali e per prodotti di ricorrenza natalizia e pasquale dell'industria dolciaria. Ad esse si aggiungono servizi di deposito e stoccaggio per prodotti e materie prime congelate, surgelati, prodotti dolciari e materie prime per l'industria dolciaria, prodotti freschi di ogni categoria merceologica, prodotti secchi di ogni categoria merceologica per le aziende industriali, di trasformazione e commerciali. Da ultimo gestiamo transit point per la distribuzione di prodotti freschi, freschissimi, surgelati verso GDO, retail e il canale mense aziendali, ospedaliere e scolastiche". A dire questo è Alberto Crivello, amministratore delegato di Safim, importante player del settore frozen logistics presente in particolar

modo nel Nord-Ovest. Dal lontano anno di fondazione (1934) a oggi, il 3PL ne ha fatta di strada, innescando in particolar modo la marcia veloce negli anni 2000. "Dal 2005 a oggi - prosegue Crivello - abbiamo effettuato notevoli investimenti, traslocando tutte le nostre attività nella struttura di None (Torino), che occupa 12.500 mq di superficie tutta refrigerata da +4°C a -20/25°C e alla quale stiamo aggiungendo altri 4.000 mq destinati ai settori carne e pesce fresco. Del resto la prima attività di Safim (poi ampliata con servizi logistici a 360 gradi) era quella di stoccatore di merci congelate e materie prime dell'industria carnea e ancora oggi abbiamo molta carne congelata depositata nei nostri magazzini". Tra le novità del 3PL da segnalare anche l'aggiornamento del sito internet, in lingua italiana e inglese, nel quale viene data maggiore enfasi e più importanza alla storia pluriennale dell'operatore, che ha deciso anche di pubblicare l'atto costitutivo manoscritto della società. ■

SAFIM STORY

20 luglio 1934. Ad Avigliana (To), viene fondata la Società Anonima Franco-Italiana Merluzzi (S.A.F.I.M.) per la lavorazione ed essiccazione del baccalà.

Anni '50. Safim è uno dei primi magazzini frigoriferi italiani. Nel 1959 la società chiede e ottiene le autorizzazioni a magazzino generale frigorifero doganale.

Anni '80. La famiglia Crivello rileva la società e implementa trasporti e gestione delle merci.

2005. Safim inaugura il nuovo stabilimento di None (Torino), mettendo a disposizione delle aziende commerciali, industriali e della GDO la sua competenza nel settore della logistica del freddo e dei trasporti refrigerati con 10.000 mq. di magazzini frigoriferi.

2009. 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. Oggi Safim pro-pone anche magazzino doganale e fiscale di tipo A classificato al numero N213; facchinaggio e gestione magazzini e merci in out-sourcing presso terzi; tracciabilità HACCP; gestione automatizzata delle giacenze e dei flussi merci e infine gestione ordini (bollettazione/picking) con accesso on line per i clienti.

2010 Apertura cantiere per la realizzazione di 4000 mq di nuovi locali frigoriferi.



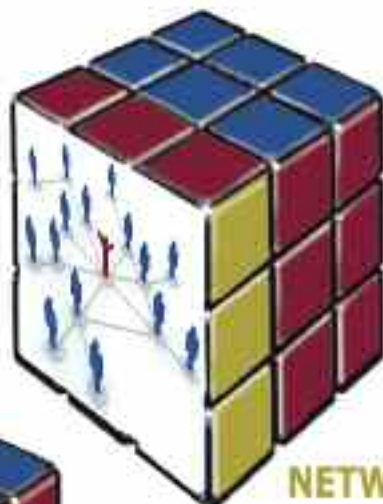


global logistics

Logistics and Supply Chain Event



INCONTRI



NETWORKING



CONFERENZE

LA GIUSTA COMBINAZIONE

**18 e 19 MAGGIO 2011 CENTRO CONGRESSI ZANHOTEL CENTERGROSS
BENTIVOGLIO/BOLOGNA**

www.global-logistics-summit.it

IL PREZZO CONTA, MA DA SOLO NON BASTA

Le società del settore sono impegnate a migliorare continuamente pure la sicurezza di trasporto e distribuzione. L'esempio di Basf.

di **Paolo Sartor**



MARIO SERRANTI

L'industria chimica, con un fatturato complessivo di 56,6 miliardi di euro nel 2008, acquista, trasforma, distribuisce e ritira materie prime, semilavorati, prodotti finiti, utilizzando in modo responsabile il sistema dei trasporti del Paese, contribuendo alla sua crescita e perseguendo obiettivi di sicurezza nella gestione logistica. Nonostante la flessione (legata alla diminuzione della produzione) delle quantità trasportate nel 2009 (22,6 milioni di tonnellate) rispetto al 2008 (26,9 milioni di tonnellate) la logistica continua a rappresentare un fattore strategico per il settore. La modalità di trasporto più utilizzata dalle imprese aderenti al progetto lanciato da Federchimica e denominato "responsible care" per il trasporto di sostanze, prodotti e preparati

chimici è il via strada dove confluisce il 51% del quantitativo movimentato, mentre il rimanente 49% è movimentato per il 26% via pipeline, per il 14,3% via mare, per l'8,6% per ferrovia e per lo 0,1% via aerea. Anche per l'industria chimica - impegnata nella gestione responsabile degli approvvigionamenti e della distribuzione dei prodotti chimici e delle problematiche di security - la logistica

**Nel nostro Paese
si movimentano
su strada in media
37 milioni di
tonnellate l'anno,
il 3% delle merci
trasportate**

ca rappresenta un'area strategica che impatta per circa il 13% del Prodotto Interno Lordo (PIL) dell'Unione Europea e in valore ammonta a 1,3 miliardi di euro all'anno. Nel contesto europeo, l'industria chimica italiana, quarta per fatturato dopo quelle di Germania, Francia e Gran Bretagna, si presenta come un nodo fondamentale dei collegamenti nord - sud in Europa: infatti nel nostro Paese si movimentano su strada mediamente circa 37 milioni di tonnellate di prodotti chimici all'anno, pari a circa il 3% di tutte le merci trasportate.



Tra le società del settore una menzione merita Basf, che a livello mondo ha raggiunto nel 2009 un fatturato di oltre 50 miliardi di euro con 105.000 dipendenti. In Italia opera con 6 società, una società fornitrice di sistemi informativi e due holding. L'ampio portafoglio include prodotti chimici, quelli di nobilitazione, catalizzatori e metalli preziosi per catalizzatori, prodotti per l'agricoltura, prodotti chimici per l'edilizia, lastre di polistirene estruso, vernici, poliuretani, specialità chimiche e polimeri, additivi per materie plastiche, coatings effect materials, prodotti chimici per la carta e water treatment. Nel nostro Paese Basf dà lavoro a circa 1.600 collaboratori e l'Italia rappresenta un mercato decisamente rilevante per il gruppo. Nel settore chimico, con un fatturato di 1.243 milioni di euro, contiene la riduzione rispetto a un settore in generale contrazione. Il risultato italiano è stato raggiunto grazie a una serie di interventi organizzativi e strutturali che hanno permesso all'azienda di acquisire maggiore fles-



sibilità e competitività: un importante contributo è stato fornito per la voce distribuzione dall'operatore logistico Fercam. Ricordiamo che stiamo parlando di "specialità chimica" dove l'incidenza del costo di trasporto da stabilimento a consumo è del 2 - 3 % sul valore del prodotto. Fercam era fornitore per lo stabilimento di Pontecchio Marconi (Bologna) di Ciba successivamente assorbita da Basf Italia, che ha confermato la scelta del 3PL bolzanino. *"I nostri prodotti - spiega Mario Serranti, supply chain & logistic manager di Basf Italia - presentano la peculiarità di essere pericolosi, di richiedere cura e attenzione nello stivaggio e carico sul mezzo di trasporto, nonché di venire consegnati velocemente in tutto il continente europeo."*

Grazie all'impegno profuso dalla filiale di Bologna, Fercam rappresenta oggi il fornitore per la distribuzione in Germania dei prodotti di Basf Italia e la Germania è il principale

mercato per volumi di vendita Basf. *"Valuto positivamente il fatto di poter colloquiare molto apertamente con Fercam su tematiche legate alla sicurezza - in un Paese dove in generale siamo molto indietro rispetto all'estero su queste tematiche - precisa Serranti - La comune matrice internazionale delle due aziende rappresenta un aiuto in questa direzione"*. In questo momento si stanno inoltre studiando nuove soluzioni di fissaggio del carico sugli automezzi. Il parametro che l'azienda utilizza sempre nella selezione dei fornitori logistici è il bilanciamento del rapporto tra qualità e costo del servizio. *"Credo che l'ordine dei due fattori già spieghi il nostro*

approccio nella valutazione e selezione dei fornitori - spiega Serranti - noi non cerchiamo l'hard discount del trasporto ADR e non possiamo transigere su queste valutazioni." In definitiva il caso aziendale, che abbiamo posto sotto i riflettori, conferma il fatto che non è il prezzo a creare una buona partnership, ma il vero valore aggiunto è la relazione e il rapporto di fiducia instauratosi tra le risorse umane di cliente e operatore logistico. ■

**In Italia Basf
è presente con sei
società e dà
lavoro a circa 1600
collaboratori.
Tra i suoi fornitori
c'è Fercam**



30 GIORNI NOTIZIE DEL MESE

a cura di **Angelo Brandinali**

INTERPORTO CAMPANO "POLO" DELLO ZUCCHERO PER IL CENTRO – SUD

In seguito a un accordo firmato dal direttore generale della TIN (Terminal Intermodale Nola), Massimiliano Riccardi, e da Thomas Stampfer, direttore logistica di Maxi, partner della società Sudzucker, il più grande produttore di zucchero a livello mondiale, Interporto Campano diventa il polo logistico dello zucchero nel Centro – Sud Italia. Grazie ai servizi offerti e alla posizione baricentrica dell'Interporto Campano, Maxi ha deciso di utilizzare il terminal nolano per la distribuzione dello zucchero di provenienza extraeuropea verso le aree del Centro – Sud Italia, oltre che in Germania e in Francia, avvalendosi dell'impresa ferroviaria privata I.S.C. (Interporto Servizi Cargo). Attualmente il consumo nazionale industriale e domestico di zucchero è di circa 1.600.000 tonnellate, di cui il 35% movimentato da Maxi. Il terminal intermodale di 225.000 mq è gestito da TIN, società controllata di Interporto Campano in partnership con il gruppo Gallozzi di Salerno. All'interno del terminal è presente un recinto di temporanea custodia, ovvero un'area doganale dove vengono custodite le merci di provenienza extra Unione Europea in attesa di nazionalizzazione. L'area occupa una superficie di 60.000 mq al cui interno si trovano anche il deposito doganale privato e il deposito IVA. Il TIN - oltre a svolgere le operazioni di movimentazione/stoccaggio, svuotamento/riempimento, manutenzione/riparazione e pulitura dei container - offre un'ampia gamma di servizi.

UN ANNO IN RIPRESA PER IL GRUPPO GEODIS

Forte è stata la crescita dei ricavi pari a 1,557.1 milioni di euro con un incremento del 31,1%, mentre il risultato operativo ha ottenuto un aumento di 75,4 milioni di euro. Il 2010 ha rappresentato quindi per il gruppo francese Geodis una sostanziale inversione di tendenza dopo la crisi economica globale registrata nel 2009, quando il gruppo ha avuto un calo dei ricavi e del risultato operativo. Nel 2010 i ricavi sono stati pari a 6,563.8 milioni di euro, in crescita del 31% rispetto all'anno precedente: le variazioni di perimetro hanno generato nuovi ricavi pari a 812,6 milioni di euro. Le differenze cambio tra il 2009 e il 2010 hanno contribuito a un incremento dei ricavi pari 166,2 milioni di euro nel 2010. Il fatturato è aumentato quindi del 11,6% (+ 578,2 milioni di euro) rispetto al 2009. Tutte le divisioni hanno contribuito alla crescita, in particolare la divisione "freight forwarding", che rappresenta più di un terzo del fatturato del gruppo e che ha fatto registrare un aumento del 50,4%.

EMMA, LA VIA ATTRAVERSO IL PONTE EURASIATICO DI GEFCO

Il 3PL francese e SRR, compagnia ferroviaria leader in Lettonia, hanno siglato un accordo di joint venture per costituire la società "EMMA" (Eurasian MultiModal Alliance). La nuova compagnia, registrata a fine marzo 2011, offrirà servizi multimodali tra la Lettonia e l'Asia Centrale. Già presente in Lettonia, Gefco si sta stabilendo in Kazakhstan nella città di Almaty, dove il commercio con l'Europa sta crescendo a forte velocità. SRR è invece già leader nei flussi multimodali tra il Kazakhstan e la Lettonia e anche una delle maggiori compagnie ferroviarie lettoni; tra i suoi principali clienti aziende minerarie e manifatturiere, nonché grandi imprese che esportano verso i mercati internazionali.



UIR: RICCI RICONFERMATO PRESIDENTE ALL'UNANIMITÀ

Il Consiglio direttivo dell'Unione Interporti Riuniti ha riconfermato per il triennio 2011-2014 Alessandro Ricci quale presidente dell'associazione, affiancato nuovamente, per il secondo mandato, dai vice presidenti, Salvatore Antonio De Biasio (vice presidente vicario), Roberto Pesaresi e Marco Susini. "Nel corso dei tre anni appena trascorsi - ha ricordato Ricci - UIR ha cercato di procedere sulla base di un approccio congiunto e innovativo, aperto al dialogo e al confronto con altre associazioni". UIR è intervenuta fondamentalmente in quattro aree: normativa, finanziaria, istituzionale e comunicativa/promozionale, riuscendo, per ognuna, a concretizzare azioni a supporto della funzionalità operativa degli interporti. ■

Tecnica

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

Flessibilità

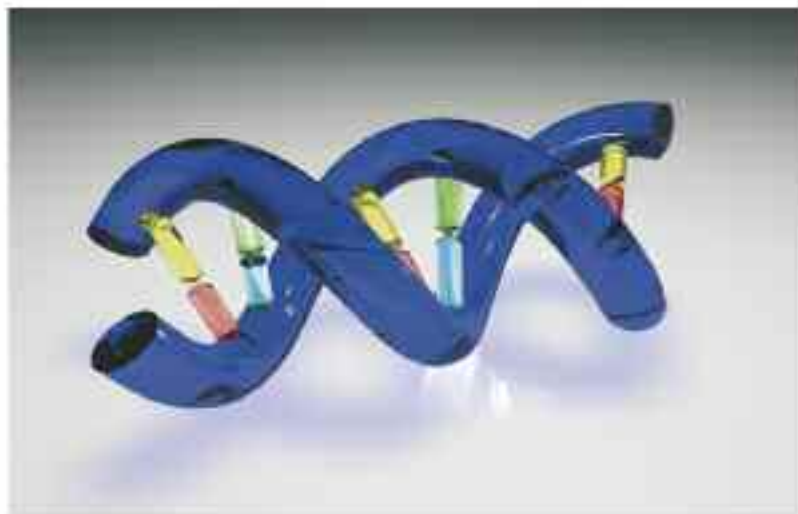
Il forte orientamento al Cliente assicura il continuo miglioramento dei processi e delle performances.

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.



GEODIS

www.bsl-spa.it

MAGAZZINO SATURO? LA TUA LOGISTICA È LENTA ED AFFATICATA?



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

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



www.logd.it