

€uromerci

IL MENSILE DELLA LOGISTICA

VGP BUILDING
TOMORROW
TODAY

**AGOSTINO EMANUELE
COUNTRY MANAGER VGP ITALY:**

487 del 6.11.1993 - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - DCB Milano

“VGP, un impegno costante nella progettazione e nello sviluppo di nuovi parchi logistici e semi-industriali verdi, senza tralasciare i valori del nostro operato, fatto di persone e professionalità”

Mezzogiorno: le risorse per ridurre il gap con il centro-nord

**EDITORIALE
IL PARADOSSO
DEL LAVORO**

**DELOCALIZZAZIONE
UN'ERA VERSO
IL TRAMONTO?**

**LE INTERVISTE
LOGISTICA URBANA:
PROBLEMA DA RISOLVERE**



17^a Edizione del Premio **IL LOGISTICO dell'Anno**

**CONVEGNO “SEGNI PARTICOLARI: LOGISTICO”
+ assegnazione dei premi
IL LOGISTICO DELL'ANNO 2021**

Milano, 16 Dicembre 2021, ore 9,30 - 13,00
Auditorium Giò Ponti di Assolombarda - Via Pantano 9, Milano

L'evento si svolge in modalità ibrida: parte in presenza e parte in streaming online.
La presenza in Auditorium è riservata prevalentemente ai premiati (e loro eventuali ospiti),
e fino a esaurimento posti disponibili. Obbligo di mascherina, green pass o tampone.

Per tutti i partecipanti all'evento occorre iscriversi a <https://www.euromerci.it/iscriviti.html>

Qualche giorno prima dell'evento verrà comunicato il link per accedere alla visione online dell'evento

IL PARADOSSO DEL LAVORO

Tanti disoccupati e le imprese senza manodopera

LE NOTIZIE PIU' RECENTI SULL'ANDAMENTO DELLA NOSTRA ECONOMIA SONO POSITIVE: IL GOVERNO AUSPICA UNA CRESCITA DEL PIL DEL 10% A FINE 2022. NE SONO UN SEGNALE ANCHE, AD ESEMPIO, LA DIMINUZIONE DEL 9% DEI FALLIMENTI E L'AUMENTO DEL 3,2% NELLA REGISTRAZIONE DI NUOVE IMPRESE CHE SI SONO AVUTI NEL SECONDO TRIMESTRE DI QUEST'ANNO RISPETTO AL TRIMESTRE PRECEDENTE. CONTINUA PERO' A ESISTERE UN PROBLEMA DI FONDO, QUELLO DEL LAVORO, SOPRATTUTTO DI QUELLO GIOVANILE. L'OCSE HA SOTTOLINEATO A TALE PROPOSITO, NEL RAPPORTO SUL NOSTRO PAESE RECENTEMENTE PRESENTATO A PARIGI, CHE "L'ITALIA E' UNO DEI POCHI PAESI EUROPEI IN CUI IL TASSO DI DISOCCUPAZIONE GIOVANILE E' RIMASTO VICINO AL SUO LIVELLO MASSIMO PER TUTTA LA PRIMAVERA DEL 2021". CIO' AVVIENE, PARADossalMENTE, NELLO STESSO MOMENTO IN CUI LE IMPRESE CERCANO MANODOPERA, E NON SOLO DI LIVELLO QUALIFICATO, MA ANCHE DI LIVELLO BASSO (LA COLDIRETTI VENETA SI LAMENTAVA TEMPO FA CON FORTE PREOCCUPAZIONE DI NON AVERE MANODOPERA PER LA VENDEMMIA E PER LE CAMPAGNE DI RACCOLTA SUCCESSIVE). QUINDI, I GIOVANI NON TROVANO IL LAVORO E LE AZIENDE NON TROVANO LAVORATORI. QUALCOSA NELLA NOSTRA SOCIETA' EVIDENTEMENTE NON FUNZIONA. UN FATTO PERICOLOSO. INFATTI, SE L'ECONOMIA NEL FRATTEMPO "TIRA" VUOL DIRE CHE SI STA CREANDO IN TERMINI SOCIALI UNA SPACCATURA: DA UN LATO LO SVILUPPO, CHE COINVOLGE ECCELLENZE INDUSTRIALI, AREE "FORTI" E IL LAVORO, DALL'ALTRO LA DESERTIFICAZIONE ECONOMICA E SOCIALE. UNO SVILUPPO QUINDI A "MACCHIA DI LEOPARDO", CHE E' FORTEMENTE NEGATIVO IN TERMINI DI COESIONE SOCIALE. QUESTA DEL LAVORO, DELLA DISOCCUPAZIONE DI GIOVANI (E DONNE) DEVE ESSERE UNA DELLE PRIME PREOCCUPAZIONI DEL GOVERNO. UNA PRIMA ESIGENZA E' QUELLA DI RIPROPORRE LA FORMAZIONE, L'EDUCAZIONE IN MANIERA MOLTO DIVERSA DAL PASSATO, QUANDO ERA SEMPLICEMENTE UN CAPITOLO DI SPESA DA UNA PARTE E DI "GUADAGNO" DA CHI LA GESTIVA SENZA TENER ALCUN CONTO DEGLI OBIETTIVI E DEI RISULTATI. OGGI QUESTI ULTIMI SONO INDISPENSABILI E IL POTERE PUBBLICO, COLLABORANDO CON IL PRIVATO E LE IMPRESE, SE NE DEVE FARE CARICO. IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO, COME ABBIAMO RICORDATO RECENTEMENTE SU EUROMERCI, CITA SPESSE SUL CAPITOLO FORMAZIONE LA GERMANIA. TENIAMONE CONTO, AD ESEMPIO PER COME I TEDESCHI FANNO FRUTTARE GLI ISTITUTI TECNICI.

VI SEGNALIAMO

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

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

Sito www.euromerci.it
a cura di Ornella Giola
e-mail: ogiola@euromerci.it
cell.331.674.6826

Stampa
Mediaprint Milano

Pubblicità
Rancati Advertising S.r.l.
tel. +39 02 70300088
e-mail: info@rancatinet.it
Riferimenti: Andrea Rancati e
Claudio Sanfilippo

Economia

**MEZZOGIORNO: LE RISORSE PER RIDURRE
IL GAP CON IL CENTRO-NORD**

10

Punto Dogana

**UN'ERA
AL TRAMONTO?**

26

Punto Risorse Umane

**LOGISTICA: I DRIVER
DEL CAMBIAMENTO**

32

Logistica USA

**GLI OPERATORI AMERICANI CONTESTANO
DURAMENTE LE COMPAGNIE MARITTIME**

36

Cover

**VGP: PARCHI LOGISTICI SVILUPPATI
NEL SEGNO DELL'EFFICIENZA**

38

Immobiliare logistico

**UN SETTORE A GONFIE VELE,
CON IL NORD A FARE DA TRAINO**

40

Le interviste: 5 domande a 3 manager

**LOGISTICA URBANA:
UN PROBLEMA DA RISOLVERE**

46

Veicoli industriali

**LA DISCRASIA TRA "GRANDI" OBIETTIVI
E L'ODIERNA REALTA'**

53

IL BAROMETRO DELL'ECONOMIA

4

NEWS

13

DALLE AZIENDE

17



Secondo uno studio Confindustria, il nostro export deve puntare sempre più sul "bello e ben fatto", deve essere sostenuto con un miglioramento dei canali di vendita online e con una maggiore attività di internalizzazione (il servizio a pag. 8)



Sono stati stanziati i primi fondi del Recovery Fund per la logistica: 2,8 miliardi sono stati destinati per migliorare i nostri scali, intervenendo su dighe, moli, banchine, dragaggi e collegamenti dell'ultimo miglio (il servizio a pag. 54)

PROLOGIS PARK **LODI**

La prima galleria d'arte a cielo aperto...
in un parco logistico!



Cresce la produzione

La produzione industriale, secondo le stime dell'Istat, è cresciuta a luglio, rispetto a giugno, dello 0,8%. E' salita dello 0,6% anche la media del trimestre maggio-luglio in confronto ai tre mesi precedenti. Rispetto a luglio 2020 la crescita è stata del 7,0%, cor-

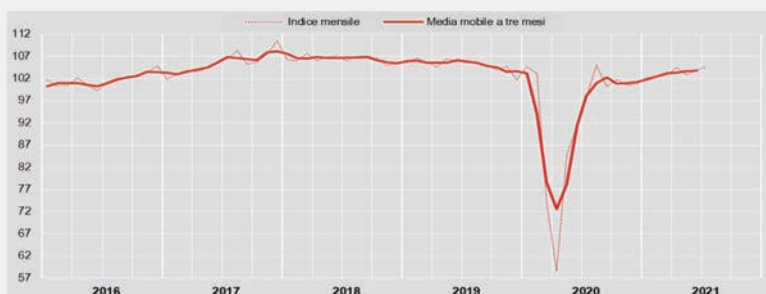


reggendo il dato per gli effetti del calendario (con un incremento significativo, in particolare, per i beni intermedi, quasi del 12%). E' aumentato anche il fatturato dell'industria: a giugno, in confronto al mese precedente, la crescita stimata è stata del 3,1%, con aumenti del 4,7% sul mercato estero e del 2,1% su quello interno. Nel secondo trimestre dell'anno, rispetto al primo, l'aumento è stato del 5,2%, ma con migliori performance sul mercato domestico. In termini tendenziali, a giugno scorso l'incremento è stato del 28,4%, con un più 30,2% sul mercato estero e un più 27,5% su quello interno. Sempre nel trimestre aprile-giugno, è cresciuto significativamente anche il fatturato dei servizi, il settore che ha più pagato le conseguenze della pandemia: rispetto al primo trimestre dell'anno, l'aumento è stato del 6,4%, mentre in rapporto all'anno scorso l'incremento ha sfiorato il 40% (il settore dei servizi e della ristorazione ha registrato, in particolare, un aumento del 99,1%). Per quanto ri-

Produzione industriale

Fonte: ISTAT

(genn. 2016-lug. 2021, indice mensile e media mobile a tre mesi, base 2015=100)



Fatturato dell'industria

Fonte: ISTAT

(genn. 2016-giug. 2021, indice destagionalizzato e media mobile a tre mesi, base 2015=100)



Fatturato dei servizi

Fonte: ISTAT

(I trim. 2011-II trim. 2021, variazioni %, base 2015=100)





Scopri il servizio di riduzione della **tassa sui rifiuti di 2A**

Tra i suoi numerosi servizi, 2A offre anche consulenza in merito alla **riduzione sulla tassa rifiuti**, con l'immediata conseguenza di un risparmio economico annuale.

COME FUNZIONA?

- ☺ **Check-up totalmente gratuito** per verificare se la tua attività ha i requisiti per richiedere al Comune la detassazione.
- ☺ **Nessun risparmio = nessun costo.** Il nostro servizio richiede una percentuale solo in caso di risparmio effettivo.
- ☺ Richiedi il **rimborso fino a 5 anni** in caso di imposte versate in eccesso rispetto al dovuto.

2A è in grado di offrire anche **consulenza di carattere tecnico legale** per qualsiasi necessità relativa al tributo, come la **denuncia in caso di nuovo insediamento**, o la consulenza in caso di **ricezione di avvisi di accertamento**.

UNA PROPOSTA COSÌ NON SI PUÒ "RIFIUTARE". → AFFIDATI A 2A.

2A GROUP
HSQE TRAINING ENERGY

↳ Sicurezza sul lavoro
↳ Qualità
↳ Ambiente
↳ Sostenibilità

↳ Energia
↳ Formazione
↳ Outsourcing
↳ management

2a-group.it



scopri di più

Fatturato dei servizi logistici

Fonte: ISTAT

(II trim. 2021, variazioni %, base 2015=100)

ATTIVITÀ ECONOMICHE	INDICI DESTAGIONALIZZATI		INDICI GREZZI	
	Variazioni congiunturali		Variazioni tendenziali	
	II trim 21 I trim 21	II trim 21 II trim 20	I-II trim 21 I-II trim 20	I-II trim 21 I-II trim 20
H 49 Trasporto terrestre e trasporto mediante condotte	+11,1	+25,9	+7,3	
H 50 Trasporto marittimo e per via d'acqua	-1,6	+14,0	-27,0	
H 51 Trasporto aereo	+13,1	+114,0	-17,0	
H 52 Magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti	+5,0	+41,4	+21,1	
H 53 Servizi postali e attività di corriere	-1,5	+27,6	+24,6	
H Trasporto e magazzinaggio	+7,3	+33,3	+10,1	

Fiducia delle imprese

Fonte: ISTAT

(genn. 2012-ag. 2021, indici destagionalizzati, base 2010=100)



Fiducia dei consumatori

Fonte: ISTAT

(clima economico e personale, genn. 2011-ag. 2021, indici destagionalizzati, base 2010=100)

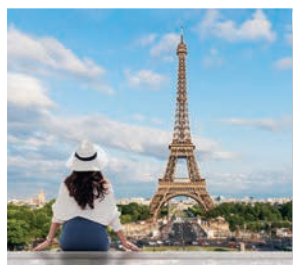


guarda il “clima di fiducia” di consumatori e imprese, indici che recentemente hanno sempre dimostrato una tendenza al miglioramento, in agosto c'è stata una battuta d'arresto: per i consumatori, l'indice ha subito una lieve diminuzione, passando da 116,6 a 116,2, per le imprese, l'indice composito, che raggruppa tutti i settori di attività, è sceso leggermente di più, passando da 115,9 a 114,2. In particolare, il lieve calo della fiducia dei consumatori è stato il risultato di diverse componenti: quella personale è scesa da 112,2 a 110,8, quella riguardo al proprio futuro è passata da 123,5% a 122,5, invece è aumentata (con un incremento del valore dell'indice, che è passato da 129,6 a 132,4) la fiducia sul clima economico futuro. Anche per le imprese si è registrata una riduzione della fiducia in quasi tutti i comparti (l'indice è sceso nella manifattura da 115,2 a 113,4; nelle costruzioni da 158,6 a 153,8; nei servizi da 112,1 a 111,8; mentre nel commercio al dettaglio si è registrato un aumento, da 111,3 a 113,9). Nella manifattura sono peggiorati sia i giudizi sugli ordini sia le aspettative sulla produzione.

LES ECHOS

Francia: crisi economica e transizione ecologica

Geoffroi Roux de Bézieux, presidente del Medef, il Movimento delle industrie francesi, la più importante organizzazione degli industriali del paese, intervenendo



in un convegno a Parigi Longchamp ha sottolineato, a proposito della "transizione ecologica", che tale passaggio rappresenta "un'enorme sfida. La principale tra le tante attuali difficoltà. Infatti, significa inventare un 'capitalismo decarbonizzato'. Un'im-

presa enorme e anche molto costosa. In altri termini significherebbe cancellare oggi il nostro modello di produzione che conosciamo da secoli". "Le industrie e gli imprenditori - ha aggiunto Roux de Bézieux - sono certamente ecologisti, tanto è vero che sono impegnati in un processo di decarbonizzazione della produzione. Certamente, però, in un momento di difficoltà come l'attuale, l'ecologia non può essere la prima preoccupazione del nostro sistema produttivo". Sull'argomento è intervenuto nel convegno parigino anche Philippe Renaudi, responsabile del Medef metropolitano, che ha insistito sui concetti espressi dal presidente Roux: "Attualmente il primo obiettivo per un amministratore delegato o per un direttore generale è quello di salvaguardare l'azienda e di rimborsare gli azionisti. Se dovessimo marciare a tappe forzate sulla strada della transizione ecologica, correremmo il rischio di distruggere imprese e posti di lavoro". Il presidente del Medef ha anche chiesto che il governo intervenga su questioni fondamentali come il futuro dell'energia nucleare, la riforma delle pensioni, la revisione del finanziamento del welfare affinché il paese non si ritrovi in un "impasse finanziario insostenibile". Roux ha anche posto l'accento sull'educazione e la formazione: temi che hanno una "priorità assoluta", anche nell'ottica che si possa risolvere il problema della scarsità di manodopera specializzata. Nella lunga lista di rivendicazioni avanzata dal presidente del Medef si è aggiunta, infine, anche la richiesta di "rimodulare il sistema della finanza pubblica. In primo luogo, facendo ritornare il peso degli investimenti nella media europea". ■



- ANALISI PROCESSI AZIENDALI
- SOLUZIONI INFORMATICHE
- INNOVAZIONE 4.0 E TRASFORMAZIONE DIGITALE
- BUSINESS INTELLIGENCE

LE NOSTRE AREE DI COMPETENZA



LOGISTICA



INDUSTRIA



SANITÀ



FINANZA

www.opsi.it

+39 0362 364127

Il Made in Italy deve puntare sempre più sul “bello e ben fatto”

Le nostre esportazioni, specialmente per i settori di punta, devono essere sostenute con un sensibile miglioramento dei canali di vendita online, ancora deboli, e con una maggiore attività di internalizzazione, anche verso l'Asia.

Il Centro studi di Confindustria, con il contributo di Sace, Netcomm e della Fondazione Manlio Masi, ha presentato l'edizione 2021 del rapporto “Esportare la dolce vita”. Il rapporto focalizza la sua attenzione sui prodotti italiani “belli e ben fatti” (BBF, in seguito) destinati all'esportazione e che sono la “bandiera” nel mondo della nostra industria e del nostro export in quanto rappresentano un'eccellenza in termini di gusto, design, qualità delle materie prime impiegate nella loro produzione e grande attenzione ai dettagli nella lavorazione. Il “bello e ben fatto”, oltre a rappresentare un importante segmento delle nostre esportazioni - specie in alcuni settori - ha una rilevante funzione di volano su tutto il nostro export.

I prodotti BBF sono trasversali a tutti i comparti del Made in Italy, seppure in maniera più marcata nei settori afferenti alle “3F”: fashion, food, furniture. Valgono, complessivamente, secondo il rapporto, un export di 135 miliardi di euro, facendo la media del triennio 2017-2019. Di questi, circa 114 miliardi sono stati destinati a paesi avanzati, mentre circa 20 sono stati assorbiti da paesi emergenti. Questi ultimi, nota il rapporto, “per il loro dinamismo (sia sul piano demografico che su quello economico), e nonostante il loro peso ancora limitato, offrono margini di crescita relativamente maggiori, a fronte comunque di rischi più elevati”. Infatti, paesi avanzati ed emergenti pongono sfide diverse. I paesi avanzati rappre-

sentano mercati più grandi e domanda con maggiore intensità i beni del BBF (il loro reddito pro-capite è più alto). Le economie mature di tali paesi, osserva il rapporto, hanno, però, trend demografici ed economici relativamente lenti e la crescita si ottiene cercando di erodere quote ai concorrenti o, alternativamente, non perdendone: in contesti di ampi volumi, anche tassi di crescita poco elevati possono rappresentare un grande guadagno e una forte espansione per le imprese, soprattutto se di dimensioni piccole o medie. La maggiore dinamicità degli emergenti è legata alla spiccata crescita della classe media benestante. Il BBF, per sua natura, si rivolge a una fascia di consumatori abbienti, già numerosa ma in lenta crescita nei mercati avanzati e più ridotta ma in forte crescita negli emergenti. L'Asia è l'area geografica dove la classe media benestante si sta diffondendo più rapidamente, trainata soprattutto dalla Cina con uno stock di oltre 265 milioni di cittadini con redditi e standard di consumo in linea con quelli dei paesi avanzati nel 2020; questo numero potrebbe crescere di altri 70 milioni di unità da qui al 2025. Il mercato asiatico è particolarmente interessante, non solo per la presenza della Cina, ma per il fatto che altri paesi (ad esempio, India, Thailandia, Vietnam, Malesia) presentano un mercato in forte espansione e di particolare rilievo ai fini di una crescita delle nostre esportazioni di alta qualità. Inoltre, gioca un ruolo di primo piano per le prospettive di crescita delle economie asiatiche la



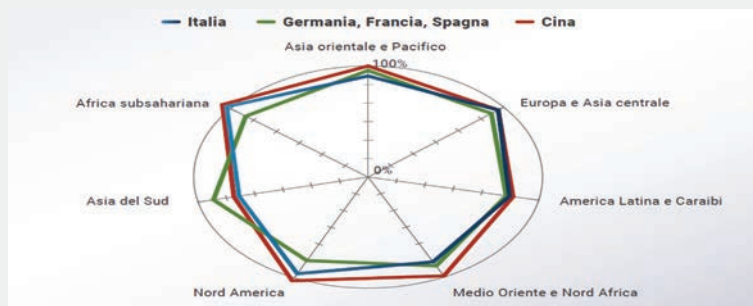
Il fashion è uno dei settori più penalizzati dalla pandemia, ma anche uno di punta del Made in Italy

recente creazione del RCEP, il più grande accordo commerciale di libero scambio in vigore al mondo, che comprende i dieci paesi del gruppo Asean, più Australia, Cina, Corea del Sud, Giappone e Nuova Zelanda. Le geografie coinvolte rappresentano, infatti, circa il 30% del Pil e della popolazione mondiale e oltre un quarto del commercio internazionale di beni. L'accordo diventerà effettivo una volta ratificato da almeno sei paesi Asean e tre non-Asean, un processo che con ogni probabilità sarà completato dopo il 2021. Quello asiatico è un mercato dove l'Italia è ancora in ritardo rispetto non solo alla Cina, ma anche a altri nostri competitor europei, come la Germania. Le nostre esportazioni, hanno certamente forti potenzialità di espandersi: tradurle in realtà è una sfida essenziale per il nostro sviluppo economico, molto legato alla domanda estera. Il rappor-

Export nel mondo

Fonte: Confindustria

(esportazioni 2020 in % sul 2019)

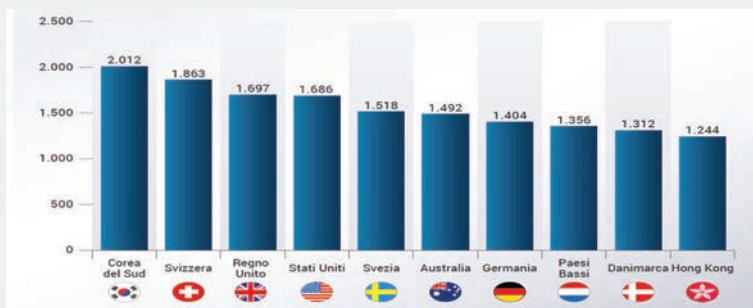


mentare la riconoscibilità del Made in Italy, promuovendo la creazione di marchi riconosciuti anche per le piccole e medie imprese, predisponendo vetrine dedicate e sfruttando l'omnicolarità tra luoghi fisici e virtuali, incentivando la creazione di reti e consorzi di imprese volti a estrarre maggior valore dalle filiere internazionali.

Shopping online nel mondo

Fonte: Confindustria

(spesa annua pro-capite in dollari)



La lotta alla contraffazione. Infine, il rapporto sottolinea come sia trasversale a tutte le altre raccomandazioni, la lotta alla contraffazione del Made in Italy. Spesso tra i beni non-BBF si annidano imitazioni, ossia prodotti contraffatti che tentano di sfruttare in modo fraudolento il brand e la fiducia acquisita da alcuni marchi presso i consumatori. Le dimensioni della contraffazione hanno raggiunto livelli ragguardevoli, in particolare nei settori del BBF italiano. Secondo uno studio Ocse del 2018, si attesta a 32 miliardi il valore dei prodotti italiani contraffatti scambiati a livello mondiale, il 16,7% del quale sono prodotti di abbigliamento, 15,4% prodotti legati all'ottica e all'elettronica e il 13,0% legati al comparto alimentare. I prodotti italiani, infatti, risultano essere tra i più richiesti al mondo, anche grazie al potere di attrazione esercitato dal marchio Made in Italy e, perciò, risultano essere tra i più imitati. Particolarmente preoccupante risulta essere il fenomeno dell'Italian sounding, cioè l'imitazione di un prodotto - specialmente nel settore agroalimentare - ottenuta attraverso un rimando, nel nome o nel packaging, a una sua supposta italianità. Tale pratica, che svilisce l'immagine della qualità dei prodotti e inganna i consumatori meno attenti portandoli a credere di acquistare un prodotto italiano originale, comporta una perdita di quote per il BBF (e anche un deterioramento della sua immagine). ■

to Confindustria sottolinea tre direttrici sulle quali l'azione del nostro paese dovrebbe concentrarsi per vincere tale sfida:

- **rafforzare i canali di vendita digitale**, sia che questo implichi promuovere una maggiore presenza del Made in Italy sulle piattaforme esistenti sia che significhi istituire di nuove, ove necessario anche di nicchia. Serve, inoltre, imprimere un'accelerazione dell'utilizzo dei canali eCommerce da parte dei consumatori, in modo da rendere il mercato italiano più ricettivo per la creazione di nuove piattaforme. È strategicamente fondamentale continuare a coltivare lo sviluppo di competenze in ambito digitale

per tenere il passo con i rapidi cambiamenti in atto;

- **stabilizzare le relazioni internazionali**, anche riportandole nel sentiero degli organi decisionali multilaterali, il più possibile promuovendo nuovi trattati europei e un rinsaldamento dei legami Ue-Usa, anche alla luce della nuova presidenza Biden. Data l'accelerazione nell'integrazione delle filiere asiatiche attraverso il RCEP, si dovrebbe garantire il più possibile che le imprese italiane possano cogliere le opportunità dei nuovi mercati, anche attraverso un'intensificazione delle attività di internazionalizzazione verso l'Asia;
- **preservare e, ove possibile, au-**

Mezzogiorno: le risorse per ridurre l'ultrasecolare gap con il centro-nord

Complessivamente, nei prossimi anni, saranno messi a disposizione del Sud fondi per oltre 200 miliardi di euro. L'occasione per un nuovo sviluppo.

di **Carlotta Valeri**

E' un momento di fondamentale importanza per la ripartenza socioeconomica del nostro paese. Infatti, mai abbiamo avuto una tale disponibilità di risorse pubbliche da investire. E' anche il momento affinché il Mezzogiorno inizi a imboccare decisamente la strada della riduzione del gap ultrasecolare che lo divide dal centro-nord. Crediamo che se si perde questa opportunità non resterà altro che rassegnarsi a continuare a vivere con un Mezzogiorno sempre più debole. Una debolezza che, inoltre, andrà a ripercuotersi sull'economia italiana nel suo complesso perché l'economia del Sud, in qualunque condizione si trovi, continua e continuerà a essere strettamente connessa con quella nazionale. Chi crede, e non sono pochi, che l'Italia possa svilupparsi lasciando il Meridione al suo destino o rivolgendovi solo interventi di "assistenza" sociale, compie un errore macroscopico e sottovaluta colpevolmente la forte interdipendenza che lega tutto il sistema economico nazionale. C'è un concetto che noi di Euromerci, anche per quanto riguarda il settore della logistica, non ci siamo mai stancati di ripetere: se "perde" il Mezzogiorno, "perde" l'Italia. Pare che tale concetto sia entrato nelle scelte economiche e nella politica del presidente del consiglio Draghi. Lo dimostra anche il fatto che il nuovo governo ha scelto di assegnare al Mezzogiorno circa il 40% (circa 80 miliardi di euro) delle risorse del Recovery Fund.



Il Mezzogiorno produce il 96,4% dell'energia eolica presente nel nostro paese

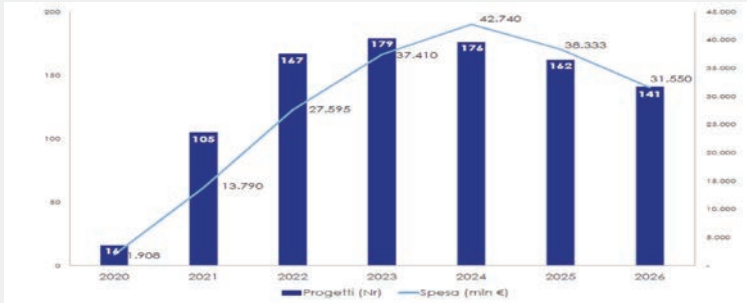
La capacità di orientare correttamente gli investimenti è il nodo cruciale per la ripresa del paese. Un paese che è uscito dal 2020 con un calo senza precedenti del suo Pil, attestatosi al meno 8,9% (mentre quello del Mezzogiorno ha perso l'8,4%). Non a caso il ministro dell'Economia Daniele Franco ha recentemente sottolineato che "il nostro obiettivo principale è ultimare questa lunga stagnazione della congiuntura" e, per spingere sull'acceleratore, si rendono necessari "una maggiore occupazione, maggiori investimenti e riforme strutturali che vadano a colmare i punti critici dell'Italia". Il Mezzogiorno è storicamente uno di tali "punti critici", e ne è probabilmente il principale. I primi otto mesi del 2021 sono stati positivi: le previsioni di crescita sull'eco-

nomia italiana sono in forte aumento. Secondo le stime dell'Ufficio parlamentare di bilancio, pubblicate il 3 agosto, "nel 2021, la crescita dell'economia italiana potrebbe risultare largamente superiore alle previsioni di qualche mese fa, arrivando a sfiorare il 6%; nella prima metà del prossimo anno il nostro paese potrebbe recuperare i livelli di attività pre Covid-19". Sulla stessa linea anche l'Ocse, che ha corretto la previsione sul nostro Pil, portandola a un incremento del 5,9% con la stima che l'economia recuperi i livelli pre-Covid entro la prima metà del 2022. L'Ocse aggiunge preoccupazioni sull'entità del debito pubblico - "che salirà quasi al 160% del Pil nel corso di quest'anno - e "sull'invecchiamento demografico che metterà sotto pressione le finanze

PNRR: il cronoprogramma

Fonte: SRM

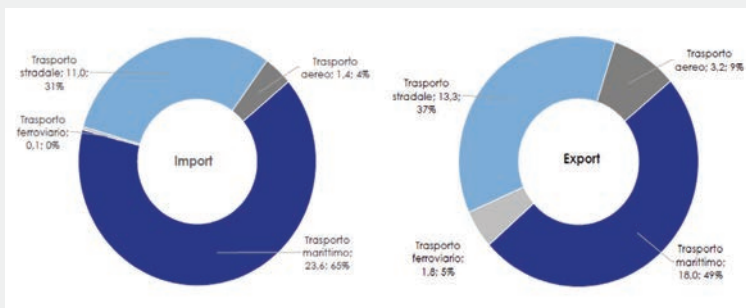
(progetti in numero, scala sinistra, e spesa in milioni di euro, scala destra)



Import ed export nel Mezzogiorno

Fonte: SRM

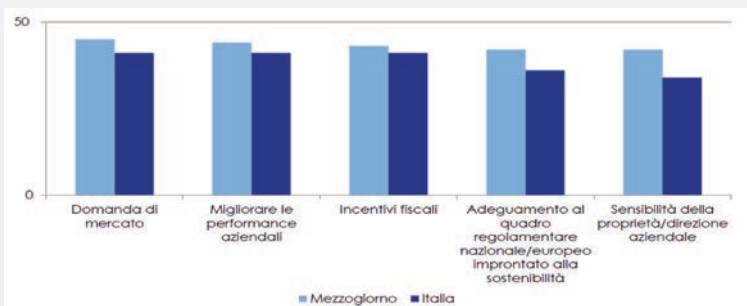
(2020, per modalità di trasporto in miliardi di euro e in %)



Investimenti in innovazione sostenibile

Fonte: SRM

(risultati di una ricerca SRM, % di imprese)



- è necessaria una riforma della finanza pubblica per favorire una crescita più rapida e un aumento quantitativo e qualitativo dei posti di lavoro;
- deve essere avviato un processo di rinnovamento della pubblica amministrazione con processi di assunzione più agili e che punti alle competenze;
- si deve porre rimedio alla storica lentezza “dei tassi di assorbimento dei fondi europei derivata da alcuni fattori che ostacolano la progettazione, l’approvazione e l’attuazione dei programmi: gli appalti sono lenti, la concorrenza è limitata e le capacità variano notevolmente”.

Su quanto “raccomanda” l’Ocse si giocherà la partita della ripresa. Infatti, tali raccomandazioni rappresentano in gran parte le riforme che sono allo studio del governo, dopo la faticosa approvazione di quella sulla giustizia. Come detto, raggiungeremo gli obiettivi della ripresa in primo luogo se saremo in grado di attivare rapidamente e con efficacia i fondi europei, specialmente nel Mezzogiorno. Un’area quest’ultima che, nonostante le difficoltà aggravatesi nel corso della pandemia, specialmente sul fronte del lavoro e del reddito familiare, ha elementi di forza e una volontà di ripresa. Lo mette in luce il recente studio del centro SRM collegato al Gruppo Intesa Sanpaolo, “Mezzogiorno: panorama economico di mezz’estate”. Ne sottolineiamo alcuni punti. Nel Sud, cresce il numero delle imprese: i dati registrano, a giugno 2021, un più 1,8% rispetto al 2020, mentre il dato italiano medio è 0,9% e, inoltre, sono attive circa 175 mila imprese giovanili, quasi il 40,4% del dato nazionale. Il Sud è l’area con

pubbliche”. L’Ocse, infine, avanza alcune raccomandazioni su quanto dovrebbe fare l’Italia:

- la politica fiscale deve essere riorientata in maniera tale da stimolare una maggiore crescita e la creazione di posti di lavoro;

NUOVI OBIETTIVI DI SVILUPPO

Massimo Deandreis, direttore generale di SRM, ha dichiarato: “Abbiamo voluto dare con questo studio una chiave di lettura particolare, orientata a guardare al Mezzogiorno come area con grande potenziale e ricca di risorse che vanno valorizzate e rese più efficienti. SRM con una logica propositiva vuole, quindi, indagare su ciò che il Mezzogiorno può offrire e che, anche grazie alle risorse disponibili e alle riforme in corso, può utilizzare per tracciare nuovi obiettivi di sviluppo. Una META costituita da quattro grandi assi - Mare, Energia, Turismo e Ambiente - che insieme alle forze trasversali espresse dalla Formazione, dalla Ricerca, dall'Innovazione e dall'Economia sociale, possono configurare per tutta la struttura produttiva e imprenditoriale meridionale nuove e concrete possibilità di crescita. Occorre cambiare passo, guardando al futuro e concentrare gli sforzi di tutti per non perdere la più grande occasione per il Sud e per l'Italia rappresentata dal PNRR”.



Nel triennio 2018-2020, il 34% delle imprese meridionali ha realizzato investimenti in linea con la media nazionale

il più elevato tasso di imprenditorialità giovanile con il 10%, mentre la media in Italia è 8,4%. Non a caso, quindi, nel Mezzogiorno vi sono oltre 15 mila imprese “innovative”, il 17% del dato nazionale. Insieme al numero delle aziende aumenta anche l'export: con un incremento dell'1,6% nel primo trimestre 2021. Su un campione di 300 imprese manifatturiere del Sud intervistate da SRM, il 34% ha dichiarato di aver effettuato investimenti nell'ultimo triennio con forte propensione (circa il 50% degli investimenti) all'innovazione e alla sostenibilità. Cresce, inoltre, l'attesa per il PNRR: il 54% delle imprese, sia nel Mezzogiorno che in Italia, intravede opportunità e possibili vantaggi indiretti

per la propria azienda e un ulteriore 31% si dichiara pronta a cogliere direttamente i vantaggi che il Piano offrirà.

Come mette in luce lo studio SRM, il Sud ha tutte le possibilità di crescere, facendo in primo luogo perno su quattro importanti settori: l'economia del mare, l'energia, il turismo, agricoltura e ambiente. Shipping, porti e logistica, sottolinea lo studio, sono gli elementi che “muovono” l'economia e che possono favorire la competitività del paese nel Mediterraneo, in particolare se si confermeranno i processi di rientro di imprese che avevano scelto di delocalizzare. La portualità meridionale rappresenta oggi il 47% del traffico

nazionale delle merci e le navi trasportano il 65% e il 49% rispettivamente dell'import e dell'export delle industrie del territorio. Tale attività potrà avere un notevole incremento se, finalmente, si renderanno pienamente operative le Zone economiche speciali, tutte collegate con gli scali portuali. Un altro settore rilevante è quello dell'energia. Dice SRM: “L'Italia si ‘rinnova’ grazie al Sud dove si concentra il 40,2% delle energie pulite del nostro paese. In termini di rinnovabili, il Sud vale il 37,4% della potenza fotovoltaica, il 96,5% della potenza eolica e il 27,2% della potenza degli impianti a bioenergie”. Infine, un altro settore che può favorire lo sviluppo del Mezzogiorno è quello della “Green&Circular Economy”. Proprio nelle regioni del Sud si potrebbe puntare su quei settori fortemente specifici ed identitari di queste aree geografiche. Le politiche internazionali, europee e nazionali sono già avviate, c'è quindi l'opportunità di accelerare la transizione verso un nuovo modello di sviluppo economico e industriale. “I dati territoriali - sottolinea SRM - raccontano di un'area meridionale con una spiccata vocazione alle produzioni biologiche”, che generano nell'area un valore di 23,6 miliardi di euro, il 6,7% del totale economia dell'area e il 23,6% del dato nazionale. Tutti questi settori “di punta” dovranno essere sostenuti e sviluppati. ■

Il forte incremento dell'autotrasporto in Europa

Il secondo trimestre 2021 riconferma l'andamento positivo del mercato europeo dei trasporti di merci su strada. Il Barometro dei trasporti della borsa carichi tedesca TimoCom mostra una crescita generale e costante degli inserimenti di carichi: nel secondo trimestre del 2021 sono più che triplicati rispetto al 2020 e hanno superato addirittura i valori del 2019. L'anno era già ben iniziato, registrando nei primi tre mesi un aumento delle offerte di carichi del 58% rispetto allo stesso periodo del 2020. Con un ulteriore incremento degli inserimenti di carichi del 51% rispetto al primo trimestre del 2021, il secondo trimestre registra nuovi valori record: rapportato a un secondo trimestre debole del 2020, l'anno del Covid, ha registrato un aumento del 251%. Anche rispetto al 2019, l'anno pre-pandemia, i volumi di carichi sono molto cresciuti. Infatti, dal mese di aprile, nella Borsa TimoCom è stato generato un volume triplo di offerte di carichi. Tra i



principali motivi alla base di questo andamento vi sono le riaperture dei negozi al dettaglio e la ripresa economica in tutta Europa dopo l'ultima ondata pandemica. La maggior parte delle imprese produttive, infatti, è tornata a lavorare a pieno regime. Gunnar Gburek, portavoce aziendale di TimoCom, ha spiegato così questo positivo andamento: "Oltre all'allentamento delle misure anti-Covid, anche le ripercussioni del blocco del Canale di Suez hanno contribuito a questo incremento dei traffici. Nelle settimane successive al blocco, infatti, c'è stata la necessità di trasferire grandi quantità di merci dai porti all'entroterra. Contemporaneamente, il boom dell'eCommerce sembra non subire battute d'arresto. Anche il calo del 5% registrato a giugno rispetto al mese precedente non sembra poter compromettere questa tendenza". In particolare, rispetto al 2020, caratterizzato dal lockdown e dalle

restrizioni a causa della pandemia Coronavirus, nei singoli mesi del secondo trimestre del 2021 sono stati registrati nuovi valori record: 334% ad aprile, 345% a maggio e 152% a giugno. Gli incrementi del traffico hanno riguardato quasi tutti i paesi europei: ad esempio, in Germania la crescita nel 2° trimestre 2021, rispetto al 1°, è stata del 69% e ancor di più in Francia. In questo contesto, resta il problema del forte calo di veicoli disponibili. In alcuni casi, si registrano flessioni fino al 25% rispetto all'anno scorso. Oltre alla scarsità di autisti, questo andamento negativo, è stato anche una conseguenza dell'offerta molto elevata di carichi, che dà ai trasportatori la facoltà di scelta dei trasporti nel tentativo di massimizzare i ricavi.

INCONTRO AL MINISTERO DEL LAVORO

Il presidente di Assologistica, Umberto Ruggerone, e il vicepresidente, Renzo Sartori, hanno avuto un incontro con il ministro del Lavoro Andrea Orlando. L'incontro era stato richiesto dal presidente Ruggerone con una



lettera al ministero inviata subito dopo la sua elezione, il 17 giugno, in particolare per esaminare il clima di forte tensione che da tempo caratterizza il settore logistico sulle problematiche del lavoro. Lettera poi immediatamente seguita dai tragici avvenimenti di Briandate dove ha trovato la morte un sindacalista dei Cobas. Al termine dell'incontro Ruggerone ha dichiarato: "Ringraziamo il ministro per averci voluto incontrare e per lo spirito collaborativo da subito instauratosi. Abbiamo presentato le nostre posizioni e proposte rispetto alle quali il ministro si è dimostrato molto interessato. Siamo molto soddisfatti della sintesi cui siamo giunti e delle prime ipotesi di percorso che sono state formulate".

Il futuro in Italia del trasporto aereo cargo

Il presidente di Anama, Alessandro Albertini, è intervenuto sui dossier ITA (ex Alitalia) e Cargo City Malpensa, sottolineando che “su questi due fronti si gioca il futuro del settore cargo aereo e dell'Italia come seconda manifattura d'Europa: a dirlo non sono io, ma i dati”. Albertini ha così prosegui-



to, sottolineando l'importanza del settore aereo in questa fase cruciale per il destino della compagnia aerea di bandiera e per il primo scalo cargo italiano, Milano Malpensa: “Per via aerea si muove il 2% in volume delle merci esportate extra Ue, ma in valore e, dunque, in fatturato italiano, queste rappresentano oltre il 25% delle merci movimentate dall'Italia. Inoltre, è importante ricordare come il trasporto, soprattutto via aerea, sia un efficace indicatore dell'andamento della nostra economia. Consideriamo il traffico nello scalo di Malpensa nel primo semestre 2021: i dati hanno registrato un incremento del 35% delle merci trasportate sul 2019, l'ultimo anno non influenzato dal Covid 19. L'incremento è ancora più stupefacente se si confrontano i dati del I semestre 2021 con il I semestre 2020: più 61%. Senza considerare tutte le merci italiane ancora movimentate in altri aeroporti europei, che si aggira intorno al 30% dei volumi totali”. È noto, infatti, ha aggiunto il presidente di Anama, che importanti multinazionali americane e asiatiche, in alcuni casi, quando hanno dovuto scegliere la loro base in Europa, hanno preferito altre città a Milano, poiché offrivano voli diretti con la città presso cui avevano il loro quartier generale. “Lo stesso fenomeno lo vediamo anche nel turismo: quello più ricco - americano, asiatico, russo e mediorientale - privilegia le mete servite direttamente dal loro paese di origine.

Questi semplici dati mostrano come il trasporto aereo sia strategico per l'economia italiana, che ha i propri pilastri in export e Made in Italy, turismo e servizio. Per questi motivi, una compagnia di bandiera, se organizzata e gestita in maniera efficace ed efficiente, può diventare un volano per l'Italia e per la sua economia”.

A giugno crescono import ed export

L'Istat, per giugno, stima una crescita congiunturale per entrambi i flussi commerciali con l'estero, più intensa per le importazioni (più 1,9%) che per le esportazioni (più 1,4%). L'aumento su base mensile dell'export è dovuto principalmente all'incremento delle vendite verso i mercati comunitari (più 2,5%) mentre la crescita di quelle verso l'area extra Ue è contenuta (più 0,2%). Nel secondo trimestre del 2021, rispetto al precedente, l'export è aumentato del 5,0%, l'import del 7,3%. A giugno, l'export è cresciuto su base annua del 25,4%, con rialzi delle vendite sostenuti sia verso l'area Ue (più 27,3%) sia verso i mercati extra Ue (più 23,4%). L'import ha registrato un aumento tendenziale più marcato (più 32,6%) che coinvolge sia l'area Ue (più 33,7%) sia i mercati extra Ue (più 31,2%). Nel mese, tutti i settori hanno registrato forti incrementi tendenziali delle esportazioni a eccezione di articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici in calo dell'1,1%. Su base annua, le esportazioni sono cresciute in misura molto sostenuta verso tutti i principali paesi nostri partner: i contributi maggiori hanno riguardato le vendite verso Germania (con una crescita del 26,7%), Stati Uniti (più 35,6%), Francia (18,9%) e Spagna (37,1%). Solo l'export verso il Giappone è in diminuzione del 21,2%. La stima del saldo commerciale a giugno 2021 è pari a un avanzo di 5.681 milioni di euro (era 6.228 a giugno 2020).



Sempre più traffico container tra la Cina e l'Europa

Nei primi 6 mesi del 2021, rispetto allo stesso periodo del 2020, il traffico è aumentato del 42% sulla tratta Cina-Europa e dell'80% in senso inverso.

La diffusione del trasporto di container su rotaia tra l'Europa e la Cina sta aumentando e la crescita è ancora più importante di quanto previsto dagli operatori. Le ragioni del boom sono diverse: il trasporto marittimo ha subito diverse battute d'arresto nella prima metà dell'anno, il costo del trasporto via nave è quadruplicato, mentre quelli via ferrovia sono rimasti stabili. I fornitori di servizi ferroviari stanno sviluppando nuove soluzioni logistiche, incentivando la digitalizzazione e adattando l'infrastruttura alla crescita prevista. Il più grande fornitore di servizi per il trasporto di container a scartamento largo è Utlc Era, una joint venture delle ferrovie di Bielorussia, Kazakistan e Russia, che è responsabile del 90% dei trasporti in transito tra la Cina e l'Europa. La società prevede un ulteriore aumento del 20% negli ultimi mesi del 2021. "Siamo due anni avanti rispetto alle nostre previsioni", sostiene il Ceo Alexey Grom.

Nel 2020, Utlc Era ha registrato guadagni del 64% su base annua, passando da 333 mila container standard ai 547 mila di oggi, che equivale a 31,5 miliardi di dollari di merci, vale a dire il 5,5% del valore del commercio tra Europa e Cina. Cinque anni fa, nel 2016, l'azienda aveva movimentato 100.983 container. Per coprire i 5.430 chilometri che separano il confine cinese da quello europeo, oggi, il treno impiega cinque giorni e mezzo, ma sulla rotta si stanno sviluppando nuove tecnologie e nuove capacità di trasporto, che ridurranno i tempi. Ad esempio, è stato

recentemente aperto un nuovo terminal di trasbordo sul confine cinese-kazako, con un target di capacità di 700 mila teu. "È un'ottima opportunità che i terminali alle frontiere vengano ampliati e non intendo solo quelli lungo il confine cinese. Stiamo assistendo, allo stesso tempo, a un rapido sviluppo in Bielorussia e nella regione di Kaliningrad", ha sottolineato l'amministratore delegato della società di trasporti eurasiatica. Al valico principale di Brest-Malashevichi, sul confine europeo, vengono utilizzate nuove tecnologie: i servizi multimodali, che includono la ferrovia di Kaliningrad, i porti della regione di Kaliningrad e le rotte Utlc Era, integrano efficacemente anche le rotte terrestri dalla Cina all'Europa e ritorno. Nel complesso, la regione di Kaliningrad ha un notevole potenziale di transito ed è in grado di trasportare quattro volte il volume attuale di merci. Nel 2020, i volumi per l'Europa gestiti attraverso l'enclave russa di Kaliningrad sul Mar Baltico sono cresciuti del 320% su base annua.

La Cina è tradizionalmente la forza trainante del trasporto di transito: nei primi sei mesi del 2021 ha trasportato oltre 200 mila teu in Europa, il 42% in più rispetto all'anno precedente. Allo stesso tempo, il trasporto di conteni-



tori carichi diretti in Cina è cresciuto dell'80%, superando i 116 mila teu, mentre l'anno precedente, nello stesso periodo, erano stati 64.500. Solo nel 2020, 64 nuove rotte si sono aggiunte ai servizi di Utlc Era, 24 dall'Europa alla Cina e 40 nella direzione opposta. Sono state aggiunte alla mappa 23 nuove stazioni di ritiro e scarico per il trasporto merci, 18 delle quali in Europa. Le località di spedizione cinesi più importanti sono Xi'an con il 36%, Chengdu con il 22% e Chongqing con il 20%. Anche le province cinesi di Changzhou, Hefei, Yiwu e Wuhan mostrano uno slancio positivo. Le principali merci trasportate da est a ovest sono i prodotti elettrici, di ingegneria e le parti di automobili. Queste tre categorie di prodotti rappresentano oggi il 40% delle merci trasportate, mentre circa tre anni fa ne costituivano quasi l'80%. Le nuove aggiunte includono gruppi di prodotti a basso prezzo come componenti in plastica, legno, tessuti, articoli ottici, gomma e prodotti in gomma. ■

Assunzione macchinisti: Fercargo critica comportamenti FS

Le imprese ferroviarie private stigmatizzano i metodi dell'ex impresa monopolista che assume macchinisti che loro hanno formato e assunto.

In occasione dei vent'anni di liberalizzazione del trasporto ferroviario delle merci, il Forum FerCargo ha recentemente organizzato un webinar da cui è partita la richiesta alle istituzioni e alla politica di impegnarsi insieme nel "progetto 30x2030". L'evento è stato introdotto dal presidente Luigi Legnani che ha messo in evidenza come le politiche di liberalizzazione poste in essere nel corso degli ultimi vent'anni abbiano visto crescere progressivamente, fino al 51% del 2020, il trasporto merci sulla rete ferroviaria nazionale prodotto dalle imprese ferroviarie nuove entranti e come, queste politiche, abbiano consentito una sostanziale tenuta del settore anche in anni difficili quali quelli caratterizzati dalla crisi economica e dalla pandemia. "Nonostante i buoni risultati della liberalizzazione - ha sottolineato Legnani - per poter raggiungere l'obiettivo strategico fissato dall'Unione europea di spostare sulla ferrovia, al 2030, il 30% del mercato totale del trasporto merci oltre i 300 chilometri, ci sono ancora molti passi da intraprendere". I temi affrontati nel webinar sono stati tanti, dagli interventi sui terminal ferroviari fino alla formazione dei macchinisti, dalla definizione certa di "rischio accettabile" in materia di sicurezza alle questioni di un unico macchinista e della guida autonoma dei treni merci, dagli interventi tecnologici sull'infrastruttura ferroviaria al piano accelerato Ertms.

Un altro importante tema è stato sollevato da FerCargo con una recente let-



Secondo Fercargo in quattro mesi le FS avrebbero assunto 100 macchinisti sottraendoli alle imprese ferroviarie private

tera inviata al presidente del Consiglio, al ministro delle Infrastrutture e della Mobilità sostenibili e al ministro dell'Economia e delle Finanze: quello del reperimento dei macchinisti. La lettera segnala il comportamento di Mercitalia che, sfruttando la rendita di posizione da ex monopolista appartenente a un gruppo con azionista pubblico, invece di assumere e formare giovani in cerca di occupazione, ha messo in atto un sistematico reclutamento di personale (100 macchinisti in 4 mesi), assunto e professionalizzato dalle imprese ferroviarie aderenti all'associazione. "Questa azione - sottolinea la lettera - sta creando gravi danni alle imprese aderenti a FerCargo che, nel primo semestre 2021, sono state pronte a cogliere i primi segnali di ripresa dell'economia, anche grazie a un rilevante investimento in formazione di nuovo personale specializzato e hanno fatto registrare un incremento della pro-

duzione del 22% rispetto allo stesso periodo del 2019 (pre-pandemia). Questo dato ha trascinato il settore a una crescita complessiva del 10% circa, nonostante la performance negativa dell'ex monopolista". "L'aspetto squisitamente politico - prosegue la lettera - è rappresentato dal freno che l'azione di Mercitalia sta creando allo sviluppo del settore in un momento nel quale tutto il sistema paese, in accordo con la strategia a livello europeo, sta investendo sullo sviluppo di una modalità di trasporto sostenibile quale è quella ferroviaria. FerCargo chiede al governo un intervento perché la società del gruppo Ferrovie dello Stato cessi questo comportamento opportunistico e assuma il ruolo che le dovrebbe competere nello sviluppare una politica del personale basata su un piano costante e corposo di inserimento e formazione, in analogia con quanto portato avanti dalle imprese FerCargo". ■

Il successo della piattaforma San Giuliano di Ceva Logistics

Ceva Logistics ha celebrato un anno di operatività della sua piattaforma logistica di San Giuliano, Milano, inaugurata il 27 luglio 2020. Situata strategicamente vicino al capoluogo lombardo, la piattaforma si trova in una posizione ideale per i collegamenti in tutta la Lombardia. Con una superficie di circa 6.000 mq, la piattaforma multiutente è stata progettata per fornire ai clienti servizi di distribuzione, ma anche di stoccaggio e servizi a valore aggiunto, come le consegne ai consumatori privati relative a vendite online. A un anno dall'apertura, San Giuliano si dimostra la scelta vincente: da luglio 2020, la piattaforma ha registrato ottimi risultati in termini di performance e volumi gestiti, oltre ad aver ulteriormente consolidato la presenza di Ceva in Lombardia con quattro sedi (San Giuliano, Somaglia, Pognano e Martinengo) che garantiscono un network regionale capillare e flessibile. Grazie alla sua posizione strategica, la piattaforma permette all'azienda di garantire più consegne in un giorno e più rapidamente. A tal proposito, i dati registrati in undici



mesi sono emblematici: i viaggi sono passati dai 1.422 di agosto 2020 ai 2.421 di giugno 2021. Un incremento reso possibile proprio grazie alla posizione ideale della piattaforma, che ha permesso di effettuare molte più consegne nello stesso periodo di tempo. Un ottimo risultato, dimostrato anche dal numero di chilometri risparmiati - circa 170 mila - che ha portato naturalmente a una riduzione delle emissioni di CO2. "Il successo di questa piattaforma è il risultato dei significativi investimenti nella nostra rete nazionale diretta per poter offrire al cliente innovazione e qualità. In un solo anno di attività, San Giuliano ha più che raddoppiato le consegne e i colli movimentati, rispetto alla precedente piattaforma lombarda", ha dichiarato Rolando Bargigia, Ground & Rail

Head Italy. La piattaforma, inoltre, sarà protagonista di un importante progetto green - già avviato - che prevede la conversione e la sostituzione di diversi veicoli operanti nei grandi centri urbani da gasolio a metano.

DKV Mobility ha pubblicato il Sustainability Report

DKV Mobility, fornitore europeo di servizi per la mobilità, ha pubblicato il Sustainability Report 2020. Il Report, il primo nel suo genere, è conforme agli standard della Global Report- >

IL PRIMO VELIVOLO GEODIS

Geodis amplia i servizi AirDirect tra Europa, Stati Uniti e Asia grazie all'impiego del suo primo aereo A330300, che, con il logo Geodis, collega, fin da settembre, Am-



sterdam, Londra, Chicago e Hong Kong. Marie-Christine Lombard, presidente del consiglio di amministrazione dell'azienda, ha dichiarato: "Data l'attuale costante pressione sulla capacità del cargo aereo, vogliamo garantire in questa modalità una disponibilità di spazio per i nostri clienti. Questo è l'obiettivo che ci ha spinto a investire nel nostro primo velivolo. Vogliamo trovare soluzioni affidabili per le supply chain dei nostri clienti, che sono di cruciale importanza per l'espansione delle loro attività commerciali". L'aereo cargo, acquisito con leasing pluriennale, sarà integrato nel programma Geodis AirDirect globale. Inizialmente, volerà tre volte a settimana tra Amsterdam/Londra e Chicago e opererà una rotazione settimanale che collegherà Amsterdam e Hong Kong.



ting Initiative. Per quanto riguarda la sua struttura, copre gli aspetti più rilevanti dell'ESG+C, ovvero i temi dell'ambiente, del sociale, della governance e dei clienti, e ha lo scopo di informare gli stakeholder riguardo alla strategia di sostenibilità, agli obiettivi di protezione del clima e ai progressi nel raggiungimento degli obiettivi ESG+C in modo trasparente. Sono inclusi anche i dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite, la comunicazione sui progressi sui diritti umani, il lavoro, l'ambiente e la lotta alla corruzione. L'azienda sta anche portando avanti un importante impegno in favore del clima (Il DKV "Green Pledge") con l'obiettivo di raggiungere due target di protezione del clima molto significativi: rendere le operazioni commerciali climate positive entro il 2023 e sostenere attivamente i clienti nel ridurre l'intensità di carbonio delle loro flotte del 30% entro il 2030. Con ciò, DKV fa della protezione del clima una priorità assoluta e una responsabilità comune, all'interno e all'esterno dei propri confini organizzativi. Inoltre, la società ha saldamente inserito il tema della sostenibilità nella strategia aziendale, sottolineato dalla creazione della nuova divisione "Sustainability & New Mobility". In particolare, sul fronte della mobilità elettrica DKV Mobility, con la joint venture Charge4Europe, alla fine del 2020, ha collegato 125 mila punti di ricarica pubblici, raddoppiando così la rete di ricarica per veicoli elettrici rispetto all'anno precedente. Fino ad oggi, la rete è cresciuta e si avvicina ai 200 mila punti di ricarica. Sono stati fatti progressi anche sul fronte della decarbonizzazione dei veicoli pesanti. Per esempio, l'azienda offre ora ai clienti la più grande rete di assistenza indipendente per i carburanti a gas naturale - come LNG e CNG - in Europa, registrando una crescita delle vendite molto superiore alla media proprio in questi segmenti. Con il programma "Lead in Green", DKV Mobility mostra il suo impegno per essere in prima linea nel

guidare il cambiamento verso un futuro di mobilità sempre più sostenibile in Europa.

Un ottimo inizio 2021 per Prologis Europe

Prologis Europe ha chiuso il primo semestre dell'anno in corso con ottimi risultati. Ecco alcuni dati a riguardo: portafoglio complessivo 19,3 milioni di metri quadrati; attività di locazione complessiva nel primo trimestre 708.932 metri quadrati, dei quali 302.171 di nuovi contratti di locazione e oltre 406 di rinnovi; variazione degli affitti 8,3%; occupazione a fine secondo trimestre 96,5%. Inoltre, la società ha acquisito nove edifici per una superficie affittabile netta totale di 186.354



metri quadrati a Berlino, Lodz (Polonia), in Regno Unito e in Francia. Acquisizioni che si sono aggiunte a quelle effettuate per l'acquisto di sette lotti di terreno per complessivi 32 ettari in Germania, Repubblica Ceca, Paesi Bassi, Francia e Svezia. Ben Bannatyne, presidente della società ha così commentato: "Il primo semestre 2021 ha messo in evidenza forti investimenti in conto capitale e una robusta domanda di immobili logistici da parte dei nostri clienti in Europa. I nuovi sviluppi sono raddoppiati su base annua, con una crescita del 107%, facendo segnare un trimestre record con una quota elevata di attività build-to-suit rispetto all'attività complessiva. In un contesto in cui il sentiment dei clienti continua a migliorare e l'interesse per la logistica urbana aumenta, continuiamo a sviluppare la nostra offerta immobiliare in importanti mercati logistici europei come Berlino e Dortmund, proponendo soluzioni più ampie che rispondano ai bisogni dei nostri clienti Last-Touch. Costruire meglio è al centro della nostra filosofia di creazione di valore per le persone che

ci circondano e per le comunità a cui apparteniamo, grazie al nostro portafoglio e ai terreni pronti per essere edificati situati laddove i nostri clienti hanno più bisogno di noi". Da sottolineare il continuo impegno di Prologis sulla sostenibilità. In un comunicato l'azienda sottolinea: "I nostri Smart Building hanno stabilito un nuovo standard per i magazzini e la logistica, razionalizzando le operazioni dei nostri clienti fin dal primo giorno e ottimizzando la produttività durante tutto il loro percorso di crescita, adottando e facendo progredire le tecnologie, i materiali e le tecniche di costruzione sostenibili e all'avanguardia (come materiali di costruzione a basso tenore di carbonio, sistemi di accumulo termico BTES, pompe di calore elettriche) e la progettazione degli edifici seguendo i criteri dell'economia circolare".

LCT SEMPRE PIÙ "VERDE"

La società Luigi Cozza Trasporti, con sede centrale a Catania, prosegue nella sua politica centrata sull'aumento dell'efficienza, dell'impiego di tecnologie e della sosteni-



nibilità. Quest'ultimo obiettivo è per l'azienda siciliana centrale, in primo luogo per avere a disposizione un parco mezzi sempre più a basse emissioni. Infatti, LCT, che già disponeva di 120 trattori alimentati a LNG, su un totale di 285, ha deciso a luglio di acquisirne altri 30 e altri 20 Iveco S-Way che saranno consegnati a dicembre. A questi si aggiungono anche 400 semirimorchi, di cui 60 frigo, anch'essi a basse emissioni di CO₂, che andranno a rafforzare ulteriormente il parco veicolare, composto già da 2.500 unità di carico. L'azienda è in particolare molto attenta all'utilizzo del Bio LNG, gas ottenuto dagli scarti agricoli e a impatto zero sull'ambiente. La compagnia si propone, quindi, non solo di essere baluardo delle capacità produttive della Sicilia e del Mezzogiorno ma anche di promuovere la sostenibilità a livello nazionale.

I nuovi frontali elettrici KBE 20/25N di Baoli

Baoli Italia ha organizzato un roadshow per presentare alla rete i KBE 20/25N, la nuova gamma di frontali elettrici con portata da 20 e 25 quintali migliorati in termini di performance, ergonomia e compattezza. Il ciclo di incontri, che toccherà Lainate, Napoli e Catania per coinvolgere tutti i dealer, sarà anche l'occasione per fare il punto sullo straordinario sviluppo che il brand sta registrando. A proposito un comunicato dell'azienda sottolinea: "Da quando è stato lanciato sul mercato italiano nel 2015, il marchio Baoli non ha mai smesso di crescere. Grazie a un servizio di prim'ordine, alla qualità delle macchine e al costante ampliamento della gamma prodotto, Baoli ha saputo affermarsi come uno dei principali



costruttori di carrelli sul territorio nazionale e sta conquistando clienti sempre più importanti, come Unicoop Tirreno, una delle sette grandi Coop italiane, che si è dotata di una flotta di oltre 200 macchine. Cresce anche l'organizzazione di vendita e assistenza, oggi l'azienda è infatti presente in tutta Italia con una capillare rete composta da 70 dealer, la metà dei quali monomarca, equamente distribuiti tra nord (40%), centro (29%) e sud (31%). A questi si aggiungono due Baoli Partner, una nuova forma di affiliazione ideata per coprire ancora meglio il territorio, presidiando le province italiane attraverso >

accordi specifici con alcune officine che già collaborano con i dealer e che potranno svolgere attività di service e di vendita. L'azienda ha inoltre recentemente rafforzato la propria organizzazione con l'inserimento di Antonio Menichini che, in qualità di Area Manager, seguirà i dealer attivi nel centro-sud Italia." Nei primi mesi del 2021 abbiamo registrato una straordinaria crescita delle vendite - ha dichiarato Massimo Marchetti, Head of Sales dell'azienda in Italia - ed entro la fine dell'anno puntiamo a superare i livelli record raggiunti nel 2019. Il marchio Baoli è sempre più noto e apprezzato in Italia per l'eccellente rapporto qualità/prezzo e l'elevato livello di service che siamo in grado di offrire. Se inizialmente ci rivolgevamo prevalentemente alle Pmi, oggi lavoriamo anche per grandi realtà industriali. Giunti a questo punto, la nostra ambizione è diventare il 5° brand in Italia per volumi di vendita, ampliando la nostra gamma con l'inserimento di frontali elettrici da 30 a 50 quintali".

Eviosys: nuovo brand per il packaging smart

KPS Capital Partners, società di private equity leader a livello mondiale, dopo aver acquisito la divisione packaging per alimenti e beni di consumo Crown Holding Incorporation (che già a sua volta aveva acquisito nel 2014 Mivisa, importante so-



cietà spagnola sempre nel settore del packaging metallico), ha dato vita al marchio Eviosys. La nuova società, con sede in Svizzera, può già contare su un ruolo di leader mondiale

nel settore degli imballaggi metallici, con 6.300 dipendenti, operanti in 44 sedi situate in 17 diversi paesi tra l'Europa e l'area Emea. Eviosys si concentrerà su soluzioni di imballaggio uniche e innovative, combinando una ricca esperienza con una sempre più elevata attenzione all'innovazione, alla ricerca e allo sviluppo. La sostenibilità è alla base della filosofia aziendale di Eviosys, che presenta una gamma di prodotti realizzata con materiali riciclabili al 100%. La società promuoverà lo sviluppo di imballaggi totalmente ecologici, realizzando soluzioni che aiutino i clienti a raggiungere i loro obiettivi di sostenibilità, proteggendo al contempo il pianeta, le persone e le comunità. Eviosys, con sette studi di progettazione e tre laboratori in tutta Europa, rafforzerà, quindi, il proprio ruolo di leader nelle soluzioni di smart packaging, offrendo proposte interessanti e innovative per aiutare i clienti a distinguersi dalla concorrenza e a cogliere le opportunità di crescita. Commentando la nascita della nuova società, l'amministratore delegato Tomas Lopez, ha sottolineato: "Questo è un momento molto interessante per l'industria del packaging. Eviosys combina 200 anni di esperienza nella conservazione dei prodotti e nella promozione dei brand alla particolare attenzione all'innovazione per proteggere il pianeta. Con l'ampia presenza dell'azienda in tutta l'area Emea, il lancio di Eviosys assume il significato di un vero e proprio cambio di passo per l'intero settore, che porterà a un packaging smart e sostenibile per tutti". Olivier Aubry, SVP commerciale e marketing, ha aggiunto: "Con la nostra attenzione al packaging smart e sostenibile, Eviosys compirà un passo sicuro verso la realizzazione di prodotti adatti ai nostri clienti, ai consumatori finali e al pianeta. Questo significa soluzioni di design innovative e qualità senza compromessi, con la sostenibilità al centro dei progetti".

Importante collaborazione tra la Still e la Renault

La Still ha avviato un'importante collaborazione con la Renault attraverso la fornitura di 49 carrelli, ad alimentazione elettrica, per il centro di distribuzione di San Colombano al Lambro, Milano. La flotta Still, composta da frontali, retrattili, commissionatori orizzontali e verticali, è stata fornita dalla filiale Lombardia e sarà utilizzata per tutte le attività di movimentazione del centro, dalle operazioni di carico/scarico dei tir fino alle manovre di movimentazione e allo stoccaggio dei ricambi in magazzino. Con il piano strate-

gico “Renaulution”, la Casa automobilistica progetta una trasformazione ambiziosa e creatrice di valore. Renault si sposta, quindi, verso una gamma ancora più competitiva, equilibrata ed elettrificata e intende incarnare la modernità e l’innovazione a livello di servizi tecnologici, energia e mobilità nell’industria automotive, ma non solo. L’Italia è attualmente il 4° mercato per il Gruppo. Per servire al meglio i tantissimi clienti nel nostro paese, già da molti anni Renault ha allestito a San Colombano un centro di distribuzione ricambi che serve tutta la penisola nonché il contiguo mercato svizzero. Da qui partono circa 200 mila referenze spedite al mese - pari a un volume complessivo di circa 10 mila metri cubi - con una media giornaliera di 10 camion in entrata, per l’approvvigionamento del centro, e 20 mezzi in uscita che riforniscono circa 700 clienti ogni giorno. Luigi Di Leo, Warehouse Manager Renault, ha sottolineato: “La



nuova configurazione del parco mezzi è scaturita da una preventiva analisi funzionale realizzata in sinergia con Still sulla base delle nostre necessità operative. Siamo riusciti a centrare tutti i nostri obiettivi, persino a ridurre i costi di gestione della flotta”.



**Portoni industriali • Porte rapide ad elevate prestazioni • Porte automatiche
Punti di carico • Manutenzione preventiva e correttiva**

Il Gruppo ASSA ABLOY è il leader globale per le soluzioni di accesso. Aiutiamo quotidianamente miliardi di persone a vivere in un mondo più aperto e sicuro. ASSA ABLOY Entrance Systems propone soluzioni automatiche che favoriscono un flusso efficiente e confortevole di persone e merci. La nostra offerta include un'ampia gamma di porte pedonali automatiche, portoni industriali e punti di carico, con il relativo servizio di manutenzione.

Per maggiori informazioni: www.assaabloyentrance.it

☎ 02 9215681

ASSA ABLOY

Experience a safer
and more open world

Rivoluzione all'orizzonte: la logistica sta per diventare realmente green

La visione di Alberto Cagliani, founder di youLOG, prevede un nuovo modello di business in grado di aprire nuove strade

L'irruzione della pandemia nelle nostre vite ha reso chiara a tutti la straordinaria importanza della logistica. Si tratta di un settore essenziale, determinante per l'esistenza stessa di infinite realtà, private, imprenditoriali e commerciali. Fra i principali player del settore c'è youLOG, realtà fondata da Alberto Cagliani nel 2013: la società è specializzata nelle attività di logistica di magazzino, handling, trasporti e distribuzione.

Il suo headquarter è a Vimercate, conta circa 2mila collaboratori e oltre 1.000 furgoni che svolgono attività per le più importanti multinazionali del settore. Se questo è il presente, va detto che il futuro è tutto da costruire: secondo il founder di youLOG è necessario ora un nuovo modello di business che possa reggere negli anni a venire. Si tratta di una visione green, improntata sulla logistica sostenibile: quella vera, non soltanto di facciata o costruita per slogan. Ne abbiamo parlato con Alberto Cagliani.

Che cosa sta succedendo nel settore della logistica?

YouLOG è leader nella distribuzione dell'ultimo miglio, area che sta crescendo a vista d'occhio: la domanda non è più nazionale come in passato, ma globale. Con relativi problemi connessi: localmente esistono infatti dei limiti, territoriali e ambientali. Il che renderà difficile gestire in futuro l'equilibrio tra domanda e offerta. Aprire un magazzino a 200 km dalla metropoli e l'impossibilità di circolare in città nel weekend con i furgoni sono variabili che genera-



no costi. E ormai qualsiasi merce viaggia su corriere: se si bloccasse la distribuzione avremmo una paralisi per metà del commercio. Da qui nasce la volontà di sviluppare un modello di business differente.

Qual è la sua visione per il futuro a breve termine?

Il mio obiettivo è creare un nuovo modello di magazzino realmente green, una struttura che attualmente non esiste in Europa. Milano sta producendo numeri importanti, la paragono alle capitali d'Europa come Berlino, Londra e Parigi, perciò il progetto deve necessariamente nascere qui: la vedo come il trampolino per un modello che sia vincente anche per i prossimi dieci o vent'anni. Siamo pronti per rivoluzionare il settore, per creare qualcosa che



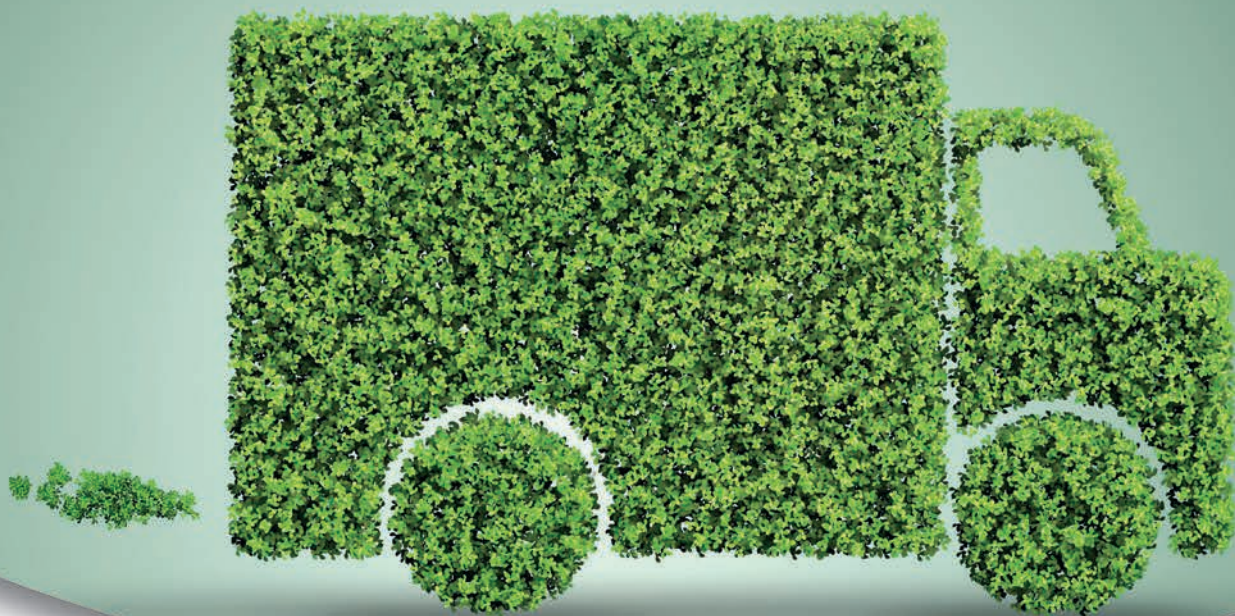
possa generare benefici per tutti, che faccia bene all'economia del paese intero, anche generando occupazione. E con orgoglio dico che a fare tutto ciò deve essere un italiano.

Che cosa si intende con magazzino green?

Oggi il significato delle espressioni «magazzini green» e «piattaforme urbane ecologiche» non sono chiari per tutti. Spesso si pensa che per prendersi il marchio «green» basti far circolare parte della flotta con furgoni elettrici: purtroppo non è così semplice. Quando parlo di magazzino sostenibile mi riferisco ad una struttura che non ha impatto sul territorio, non lascia residui, non inquina sotto ogni punto di vista. Ed è in grado di generare aspetti virtuosi, per esempio immettere energia elettrica sul territorio. Il primo passo è stato fatto: abbiamo identificato l'area, a Cormano, ora stiamo discutendo con il Politecnico di Milano e con varie aziende internazionali. Una volta attuato il progetto mostrerò numeri e risultati di questa piattaforma, facendo capire realmente cosa significa «green».

Quali sono i vantaggi per il territorio?

Un magazzino green permette di lavorare all'interno della città, dove abbiamo una maggiore capacità distributiva. Più magazzini di dimensioni ridotte consentono una maggiore efficienza e di conseguenza di essere più competitivi sul mercato. Anche la qualità cresce: l'autista conosce il territorio e il cliente è fidelizzato. Inoltre vedo magazzini attrattivi: intendo belli esteticamente, visibili, capaci di attirare l'attenzione delle persone, in cui possa lavorare il 18enne così come chi ha qualche primavera in più sulle spalle, uomo o donna indifferentemente. In sostanza mi riferisco ad un ambiente di lavoro fresco, futuristico, dalla mentalità aperta e in linea con l'Europa.



CONSEGNE “GREEN”.

Così youLOG aiuta l'ambiente.



www.youlog.it

youLOG S.p.A.
20871 Vimercate (MB)
Via Torri Bianche, 1 | Torre Sequoia
Tel. 02.87366592 | info@youlog.it

Dove vuoi, quel che vuoi.

youLOG
LOGISTIC

Costi del trasporto e pandemia

di **Marialisa Taglienti**
Studio RP Legal & Tax

La Banca d'Italia conduce, sin dal 1999, un'indagine campionaria presso gli operatori del trasporto internazionale di merci finalizzata alla raccolta dei dati necessari alla compilazione della bilancia dei pagamenti. Lo scopo principale della rilevazione è la stima dei costi unitari del trasporto da/per l'Italia per modalità di carico della merce, tenuto anche conto delle quote di mercato dei vettori distinte per nazionalità. L'indagine relativa al 2020, pubblicata lo scorso 14 giugno 2021, ha riguardato 212 imprese operanti in Italia e ha destato particolare interesse per gli operatori del settore (e non), particolarmente concentrati sulla valutazione dell'impatto della pandemia di Covid-19 sul nolo dei trasporti, soprattutto internazionali.

La Banca D'Italia ha compiuto

l'analisi tenendo conto della modalità di trasporto (terra- aereo-mare), dell'area di provenienza e della destinazione delle merci. I costi sono stati valutati ai prezzi di mercato in euro per tonnellata, includendo anche i servizi ausiliari al trasporto (handling, pedaggi, commissioni degli spedizionieri, ecc.). Dagli studi compiuti è quindi emerso che, per quanto concerne il trasporto stradale, nel 2020 si è registrata una lieve diminuzione dei costi medi che ha interessato sia i carichi completi sia quelli parziali, in un contesto di calo dei volumi movimentati. Le prime criticità legate alla pandemia - ritardi, lunghe procedure di controllo, ritorni a vuoto legati a forti sbilanciamenti geografici dei flussi - non hanno inciso sui noli, ma si sono piuttosto riflessi sui margini di profitto degli operatori. La riduzione dei costi del trasporto stradale ha riguardato quasi tutte le aree geografiche tranne il Regno Unito, in cui i noli sono aumentati nella parte finale dell'anno, a causa dell'accelerazione degli scambi prima dell'entrata in vigore del nuovo accordo sugli scambi e sulla cooperazione con l'Unione europea. Per quanto concerne,

invece, i costi medi del trasporto ferroviario, gli stessi sono lievemente aumentati, considerato il maggiore ricorso alla ferrovia in alternativa alla strada nei periodi di più forti restrizioni alla movimentazione di persone. Anche in questo caso, tra le varee aree geografiche l'aumento più marcato è stato osservato per i noli da/per il Regno Unito, in relazione all'accelerazione degli scambi negli ultimi mesi del 2020.

Diverso, invece, è il discorso relativo al settore cargo aereo. Come noto, la pandemia ha colpito intensamente il settore cargo, che tipicamente fa ampio utilizzo della capacità di stiva degli aerei passeggeri: la riduzione di quest'ultimi ha

Il trasporto cargo aereo è stato fortemente penalizzato anche per il drastico calo dei voli passeggeri, usati molto spesso dalle compagnie per il trasporto delle merci

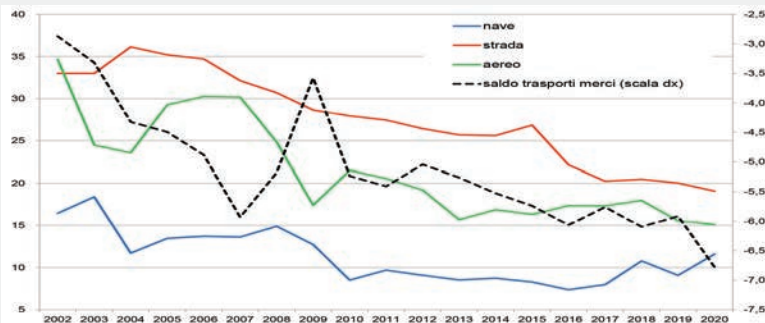


inevitabilmente causato un forte restringimento dell'offerta di carico, con un aumento eccezionale dei noli unitari che sono quasi raddoppiati all'importazione e sono cresciuti del 60 per cento all'esportazione. Per quanto concerne, da ultimo, il trasporto marittimo, l'analisi effettuata da Banca d'Italia rileva come nel 2020 i noli per questa modalità siano complessivamente aumentati. In particolare, il trasporto mediante container ha registrato forti incrementi (in media superiori al 30 per cento per le esportazioni e al 50 per cento per le importazioni), soprattutto nelle tratte con la Cina

Il mercato dei trasporti internazionali

Fonte: Banca d'Italia

(valori % per la quota di vettori italiani, scala sinistra, e saldo della bilancia dei pagamenti con l'estero del settore in miliardi di euro, scala destra)



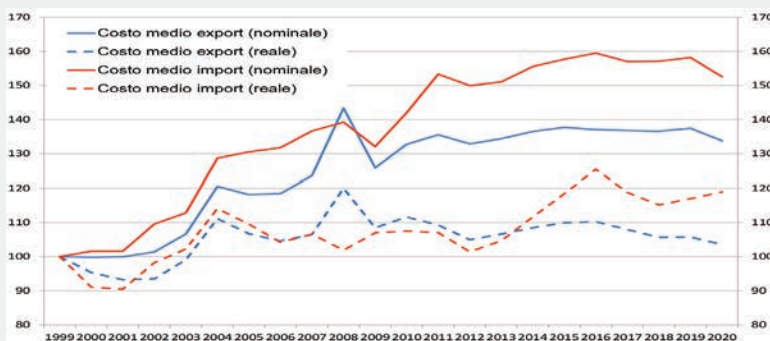
e gli altri paesi asiatici. Nelle rotte all'interno del Mediterraneo e in quelle che attraversano lo stretto di Gibilterra (da/per l'America, il resto dell'Africa e dell'Europa) il rialzo dei noli si è registrato, ma è stato più contenuto, attenuandosi parzialmente sul finire dell'anno.

Concludendo, lo studio condotto da Banca d'Italia ha posto in luce un importante dato di fatto: la pandemia ha avuto un impatto rilevante sui costi unitari del settore, rimasto pienamente operativo anche nelle fasi di maggiore emergenza. L'incidenza dei costi del trasporto sul valore delle merci esportate e importate dall'Italia è nel complesso salita (rispettivamente al 3,1 e al 4,3 per cento). Il settore che ha risentito di più della "crisi emergenziale" è stato ovviamente quello aereo che ha registrato un aumento dei noli molto marcato, seguito poi dal settore marittimo (container). Pare, invece, aver tenuto il trasporto terrestre i cui costi medi a tonnellata sono lievemente aumentati nel comparto ferroviario, mentre sono leggermente diminuiti in quello stradale, nonostante l'aggravio di costi per gli operatori dovuto alle maggiori difficoltà nelle spedizioni (come la dilatazione dei tempi di consegna).

Costi medi del trasporto stradale

Fonte: Banca d'Italia

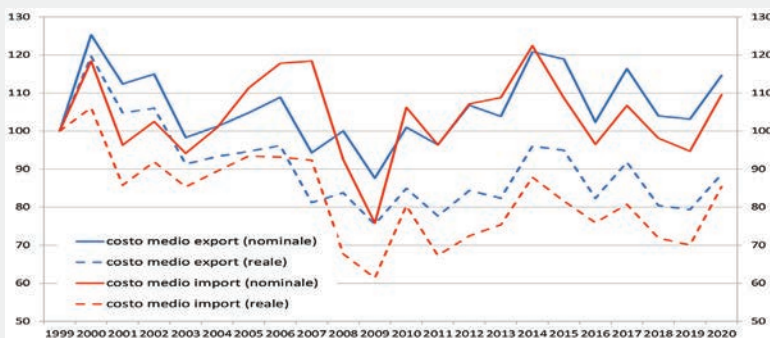
(indici dei costi misurati in euro/ton, 1999=100)



Costi medi del trasporto navale container

Fonte: Banca d'Italia

(indici dei costi in euro/ton, 1999=100)



Restano quindi da esplorare gli effetti della pandemia e dell'aumento dei costi del trasporto sul settore assicurativo anche in considerazione della diminuzione dei servizi di trasporto offerti in determinati settori, come quello cargo, che certamente appaiono suscettibili di incidere sulla determinazione del premio assicurativo. Una nota finale: l'analisi della Banca d'Italia ha anche segnalato nel traffico internazionale merci del nostro paese il costante calo sia della quota dei vettori italiani sia del disavanzo con l'estero. ■

Un'era al tramonto?

di **Stefano Morelli**

Presidente della commissione Dogane di Assologistica

Il Financial Times, non a torto, ha recentemente battezzato l'aumento esponenziale dei costi di spedizione marittima come la più grande crisi dall'inizio delle spedizioni via container. I dati parlano chiaro: da un report effettuato dall'Università di Padova, sulla base delle statistiche rilevate dall'Autorità portuale di Trieste, viene rilevato un incremento medio di più del 480 % tra i costi di spedizione "pre" e "post" pandemia (a titolo esemplificativo, muovere un container da Shanghai a Genova oggi costa oltre 10 mila dollari, a fronte degli originari 1.800). Se da un lato è semplice rilevare la "immane concretezza" dei dati, in costante peggioramento, relativi ai costi di gestione della filiera logistica via mare, certo non è sempre agevole districarsi dai molteplici e complessi decorsi causali che, interagendo diabolicamente, hanno determinato il macro-evento avverso, ossia la crisi, a tutti gli effetti, della logistica marittima, onde cautamente indicare un barlume di speranza per il futuro (e, perché no, anche per le generazioni future, posto che il settore dei trasporti e della logistica "dà da mangiare" ad una gran fetta di popolazione). Sembra, insomma, che le condizioni favorevoli iniziali che hanno portato all'esplosione della globalizzazione dei traffici commerciali, agli ingenti investimenti su larghe economie di scala all'insegna della logica della massimizzazione dei profitti e dell'abbattimento dei costi di manodopera e lavoro siano davvero mutate irreversibilmente, palesandosi in tutta la loro distruttività.

La catena di eventi che sta lentamente ma progressivamente portando alla stasi della catena globale degli approvvigionamenti è, del resto, abbastanza chiara: l'enorme filiera logistica "circolare", in apparenza invincibile, si fonda essenzialmente su delicatissimi equilibri, che ben possono essere compromessi anche una tantum, con devastanti effetti a catena che si ripercuotono su tutte le fasi dell'approvvigionamento internazionale. Basti, per far luce sul punto, un esempio evocativo: le rotte seguite dalle navi portacontainer hanno rotte circolari. Nel caso si verifichi un cosiddetto "blank sailing" (chiamato anche "void sailing": le

"tappe" delle navi sono schedate in anticipo rispetto alla partenza, sicché ogni nave ha una finestra predeterminata in cui attraccare, scaricare e ripartire; per svariate ragioni opera-

Recentemente, si è creata la situazione di avere, in una parte del mondo, porti pieni di container destinati all'export e, dall'altra parte, navi piene di container vuoti destinati all'import



tive-economiche, è ben possibile che "salti" una o più tappe), l'unico modo per il cliente di recuperare la merce non scaricata è aspettare la rotta circolare successiva. Sorge spontanea una domanda: per quale motivo esiste questo sistema? In estrema sintesi e semplicità, la risposta sta nel modello di economia di scala adottato e messo a punto dai colossi della navigazione negli ultimi decenni: per massimizzare profitti e rendere lo spostamento marittimo di merce il più efficiente possibile, le dimensioni delle navi lievitano, con l'obiettivo di ridurre al minimo il costo di trasporto e aumentare la quantità di merce trasportabile. Il sistema regge, tuttavia, se anche le infrastrutture portuali rimangono "al passo con i tempi" (il noto "caso Suez" insegna...).

Recuperando le fila del discorso, se vogliamo, il primo fattore scatenante - *rectius*, il fattore che per primo ha palesato al grande pubblico una serie di criticità già presenti da anni nel settore del commercio internazionale marittimo - è stato la pandemia: in particolare, l'appesantimento della burocrazia mondiale derivante dalle misure emergenziali di contenimento dell'infezione ha senz'altro contribuito a rallentare l'afflus-



Un report dell'Università di Padova sottolinea che si è registrato un aumento dei costi di spedizione per i container via mare "pre" pandemia e "post" pandemia del 480%

costo del lavoro è sempre meno competitivo con l'aumentare di tutele e salari dei lavoratori locali e, grazie allo sfruttamento del know-how acquisito da anni di produzione in terra straniera, è oramai definitivamente innescata la miccia della "vendetta" economica.

Come già anticipato e più volte ribadito, pandemia, eventi avversi, chiusure più o meno oculate di grandi snodi logistici e portuali (come, di recente, i porti di Yantian e Ningbo-Zhoushan, in Cina, per qualche focolaio di Covid), non sono che meri epifenomeni che rischiano di offuscare gli occhi degli operatori e dei governi di fronte ai veri problemi strutturali del commercio interna-

so di container e dei tempi necessari al carico/scarico delle navi. Di più: il vertiginoso e generalizzato aumento dei consumi, stimolato dalle misure restrittive adottate dai governi di tutto il mondo – che ha a sua volta eccitato la compravendita online - ha letteralmente "svuotato" interi magazzini di stoccaggio, inducendo molte aziende a emettere in anticipo ordini di materie prime e semilavorati. A questo punto, va però considerato che, a causa delle restrizioni imposte dalla pandemia, numerose compagnie di trasporto cancellavano centinaia di spedizioni: il risultato è stato, in estrema sintesi, trovare da una parte del mondo porti pieni di container (destinati all'export), dall'altra navi piene di container vuoti (destinati all'import). Non è finita: una volta allentate le restrizioni, riparte la domanda, ma se mancano i container, allora lievitano i prezzi di nolo, il traffico marittimo resta intasato per la situazione di "stallo" temporaneo dovuto alla situazione Covid (senza tacere il fatto che, spesso, le infrastrutture portuali non sono in grado di gestire efficacemente flussi intensi di navi) e di conseguenza si accumulano ritardi, i prodotti scarseggiano e, da ultimo, aumentano i prezzi per il consumatore finale, diminuisce la produzione e aumenta l'inflazione. Se si considera che più dell'80% del volume mondiale delle merci passa via mare, i conti sono presto fatti: urge rivedere al più presto il modo di pensare il commercio internazionale. Ormai le criticità intrinseche del commercio globalizzato, su grande scala, si sono palesate e stanno rivelando limiti difficilmente superabili attraverso una lenta e logorante "guerra" tra colossi: l'era della delocalizzazione massiva di imprese produttive in Asia ed est Europa, con la garanzia di bassi costi del lavoro, di efficienza e di certezza degli ordini, è ormai sulla via del tramonto. Si inizia, al contrario, a notare una reazione uguale e contraria da parte dei paesi oggetto di delocalizzazione: il

Una giovane vietnamita raccoglie bastoncini d'incenso. I paesi asiatici stanno finendo di essere il "paradiso" della delocalizzazione industriale



zionale: un sentiero, difficile e ancora non battuto, ma potenzialmente salvifico, ben può essere un piano complessivo e strutturato di reshoring. Bisogna fidarsi delle potenzialità del proprio paese e investire sul locale, sul dettaglio, sulla produzione del marchio "Italia" in Italia, il vero valore aggiunto che fa appeal all'estero. Certo, tra la teoria e la pratica ci passa un mare... di strumenti di sostegno (in termini agevolazione della contribuzione e tassazione) che non possono prescindere da una solida volontà politica.



LA SOLUZIONE SMART, E FORMAZIONE IN LOGISTICA

PROGRAMMA VIDEOCORSI SETTEMBRE

SETTEMBRE

3 SETTEMBRE *

CONTROLLI DOGANALI E PROCEDIMENTO DI ACCERTAMENTO

7 SETTEMBRE *

REVISIONI DELL'ACCERTAMENTO

9 SETTEMBRE

LE IMPOSTE ALL'IMPORTAZIONE: DAZI, IVA, ACCISE, PLASTIC E SUGAR TAX (PROCEDURE E FLUSSI DI EFFICIENTAMENTO)

10 SETTEMBRE *

GLI STRUMENTI DI DEFLAZIONE DEL CONTENZIOSO

14 SETTEMBRE *

IL CONTENZIOSO TRIBUTARIO E PRESSO LE ALTRE GIURISDIZIONI

15 SETTEMBRE

GLOBAL PACKAGING TREND E SOLUZIONI D'IMBALLO. FUNZIONALE, COMMERCIALE, TECNOLOGICO

17 SETTEMBRE *

PRINCIPI APPLICATIVI E TRATTAMENTO DELLE OPERAZIONI RILEVANTI ANCHE AI FINI DOGANALI - IVA ALL'IMPORTAZIONE

21 SETTEMBRE *

21 SETTEMBRE - 24 SETTEMBRE - PRINCIPI APPLICATIVI E TRATTAMENTO DELLE OPERAZIONI RILEVANTI ANCHE AI FINI DOGANALI - IVA NEGLI SCAMBI INTRACOMUNITARI

22 SETTEMBRE

IL RESPONSABILE DELLA LOGISTICA: QUALE RUOLO HA E QUALI FUNZIONI/COMPITI DEVE SVOLGERE?

28 SETTEMBRE *

28 SETTEMBRE - 1 OTTOBRE - IMPOSTE SULLA PRODUZIONE E SUI CONSUMI: PRINCIPI APPLICATIVI E PRINCIPALI ISTITUTI

29 SETTEMBRE

SICUREZZA E DIGITALE: COME ADOTTARE LA TECNOLOGIA BLOCKCHAIN E RINNOVARE I PROCESSI AZIENDALI

29 SETTEMBRE

DISPOSITIVI MEDICI: IL REGOLAMENTO (UE) 2017/745

A cura di Certiquality

OTTOBRE

5 OTTOBRE *

5 OTTOBRE - 8 OTTOBRE - NOZIONE DI RISCHIO DOGANALE

6 OTTOBRE

ACCORDI DI LIBERO SCAMBIO: LE NUOVE ROTTE DOGANALI E DELLA LOGISTICA

12 OTTOBRE *

TIPOLOGIE DI RISCHIO (AZIENDALI E PER L'AMMINISTRAZIONE DOGANALE)

13 OTTOBRE

COMMERCIALE 3.0. LE COMPETENZE E LE ABILITÀ DIGITALI NECESSARIE A CHI SI OCCUPA DI VENDITA

15 OTTOBRE *

15 OTTOBRE - 19 OTTOBRE - VALUTAZIONE DEL RISCHIO

18 OTTOBRE

RISK BASED THINKING: MODELLI OPERATIVI PER LA GESTIONE DEL RISCHIO

A cura di Certiquality



Assologistica Cultura e Formazione

DIVISIONE DI ASSOLOGISTICA CHE FA E CREA "CULTURA LOGISTICA" CON CORSI, WORKSHOP, SEMINARI E CONVEGNI

ASY ED ECONOMICA AI PROBLEMI DI ICA E SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

TEMEMBRE - NOVEMBRE 2021

21 OTTOBRE

LA CONTRATTUALISTICA DELLA LOGISTICA NEI NUOVI SCENARI DI MERCATO NAZIONALI E INTERNAZIONALI: FOCUS SULLE CLAUSOLE CHE CAMBIANO E SI ADATTANO ALLE NECESSITÀ DI AZIENDE E FORNITORI

21 OTTOBRE

CARICO, FISSAGGIO E GESTIONE DELLE UNITÀ DI CARICO SECONDO IL CTU CODE

A cura di Federchimica SC Sviluppo Chimica

21 OTTOBRE

CARBON FOOTPRINT: METODOLOGIE DI CALCOLO

A cura di Certiquality

22 OTTOBRE *

GESTIONE E TRATTAMENTO DEL RISCHIO

26 OTTOBRE *

26 OTTOBRE - 29 OTTOBRE - SISTEMI E APPLICAZIONI INFORMATICHE DOGANALI DELLE SOCIETÀ, NONCHÉ SISTEMI INFORMATICI GESTITI DAGLI STATI MEMBRI O DALL'UE

28 OTTOBRE

CRM: DAL CUSTOMER SERVICE AL CUSTOMER RELASHIONSHIP MANAGEMENT

NOVEMBRE

3 NOVEMBRE

OBBLIGHI E RESPONSABILITÀ DELLO SHIPPER E DEL VETTORE NEI TRASPORTI MARITTIMI

4 NOVEMBRE

DEPOSITI DOGANALI, DEPOSITI IVA E FLUSSI DI E-COMMERCE DOGANALE - I RESI E LE REINTRODUZIONI IN FRANCHIGIA (EASY FREE BACK)

9 NOVEMBRE

GESTIONE E OTTIMIZZAZIONE DI SCORTE, STOCK E APPROVVIGIONAMENTI

16 NOVEMBRE

PROCESSI AZIENDALI & DESIGN THINKING: COME LA METODOLOGIA LEGO® SERIOUS PLAY® PUÒ SEMPLIFICARE IL LAVORO

17 NOVEMBRE

LE NUOVE TECNOLOGIE APPLICATE AI MACCHINARI PER FORNIRE SERVIZI DI AVVIAMENTO E ASSISTENZA DA REMOTO ADOTTATE DALLE AZIENDE ITALIANE CHE ESPORTANO: QUESTIONI OPERATIVE E GIURIDICHE

18 NOVEMBRE

GLI INCOTERMS 2020, UNA PROSPETTIVA LEGALE, CON SPECIFICO FOCUS SUI TRASPORTI MARITTIMI

19 NOVEMBRE

LA SUPPLY CHAIN AGROALIMENTARE: CONTROLLO E VALORIZZAZIONE DEI FORNITORI

A cura di Certiquality

22 NOVEMBRE

IL CONTRATTO DI TRASPORTO

24 NOVEMBRE

CONTRATTO DI APPALTO DI SERVIZI LOGISTICI CON COOPERATIVE: I PROFILI LAVORISTICI ALLA LUCE DELLE NOVITÀ LEGISLATIVE E GIURISPRUDENZIALI

25 NOVEMBRE

CHE COSA CI FA UN LOGISTICO IN PRODUZIONE?

* Corso online parte del programma **IL PERCORSO AEO per RESPONSABILE** delle **QUESTIONI DOGANALI**

Via E. Cornalia, 19 - 20124 Milano - Tel. 02.6691567

e-mail: culturaformazione@assologica.it - www.assologicaformazione.com

Il problema comunicazione

di **Elena Rabaglio**

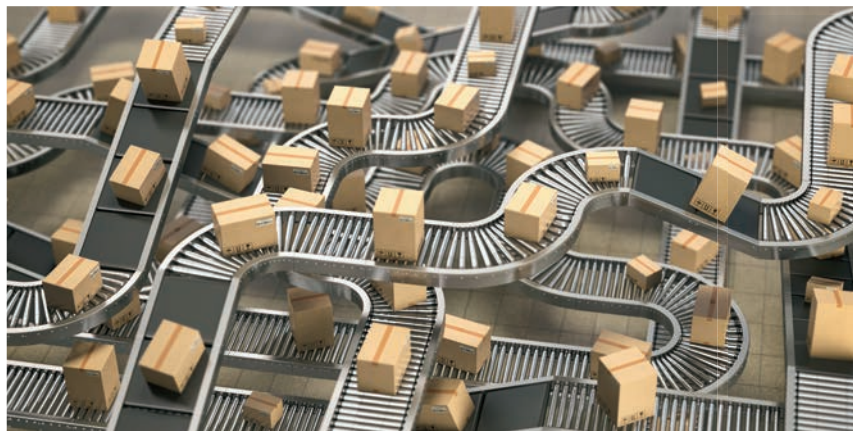
Partner e responsabile Sostenibilità di Mediatyche

Il Covid ha scoperchiato il vaso di pandora, dimostrando a tutti noi le grandi vulnerabilità della globalizzazione; la logistica considerata indispensabile solo dagli addetti ai lavori, proprio come tanti altri settori, è passata al centro della scena quando in piena pandemia ha toccato personalmente il consumatore - beni di primo consumo, ma anche bici, auto, tablet con tempi di attesa lunghissimi - mostrando quanto sia cruciale il controllo e la gestione della fornitura merci per la sopravvivenza di un paese. In questo nuovo contesto, le imprese che credono nella sostenibilità si trovano di fronte a due opportunità:

- quella di raccontarsi e di dimostrare il “valore” generato sul territorio a livello economico, sociale e ovviamente ambientale;
- quella di fare sistema, tutti insieme, per evitare una nuova crisi futura e combattere il climate change.

Ma le aziende italiane sono pronte per praticare le politiche di sostenibilità “insieme” facendo sistema?

Secondo uno studio, in Italia, il 48,6% delle imprese industriali e del commercio all'ingrosso tiene conto della sostenibilità nella scelta dei fornitori



In base ai dati dell'Osservatorio Sostenibilità & Comunicazione 2021 - che noi di Mediatyche, insieme a Homina e Format Research, svolgiamo annualmente per comprendere il “sentiment” delle imprese nei confronti della sostenibilità - è emerso che la percentuale delle imprese che controllano il livello di sostenibilità dei propri fornitori è passata dal 22,5% del 2020 al 36,4% del 2021. In particolare per le sole imprese dell'industria e del commercio all'ingrosso ben



sito: www.sos-logistica.org email: segreteria@sos-logistica.org

CHI È MEDIATYCHE

Mediatyche è una società di consulenza in comunicazione e sostenibilità ed è socia di SOS- LOGistica, associazione che si è posta l'obiettivo di realizzare una Supply Chain “sostenibile” in grado di generare valore a livello sociale, ambientale ed economico e di affrontare i problemi di mobilità di merci e persone, per una più completa ed efficace value chain.

www.mediatyche.it

il 48,6% tiene conto della sostenibilità nella scelta dei fornitori. Tale percentuale sale al 54,6% per le aziende del Piemonte, al 61,5% per quelle della Lombardia, al 42,6% per le imprese del Veneto e al 54,8% per quelle dell'Emilia Romagna. Dai dati emerge chiaramente la volontà di fare sistema, ma le complessità sono tante e richiedono un cambiamento significativo a livello culturale, infrastrutturale e di modello di business. Materia prima, sistema di produzione, trasporto delle merci, devono fare i conti con inquinamento

atmosferico, rispetto dei diritti umani, capacità di stoccaggio e gestione delle scorte, disponibilità presso il punto vendita e soddisfazione dei clienti (produttori, commercianti, consumatori).

Soffermiamoci per un momento sull'impatto ambientale, ormai acquisito a livello di consapevolezza:

- la crescita di CO2 impone un ripensamento della pro-

Trasporto sostenibile: sono molte le imprese che su questo fronte stanno passando all'energia pulita, dall'elettrico al biometano. Ma come e a chi lo comunicano?



ness è il cliente, ovvero chi opera quotidianamente una scelta di acquisto e che determina il successo o meno di un prodotto o di un servizio. A questo si aggiungono il mercato e le istituzioni: crescono sempre più le imprese che richiedono certificazioni, rendicontazioni, bilanci di sostenibilità e dichiarazioni ambientali alla loro filiera (partner, fornitori...). Lo scorso aprile 2021, inoltre, la commissione europea ha presentato una direttiva per rendere obbligatorio il report di sostenibilità a tutte le piccole e medie imprese quotate. Questo impone l'integrazione della sostenibilità nel modello di business

duzione e dell'utilizzo di combustibile fossile. Questo sarà anche il tema principale della ventiseiesima Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici che si svolgerà a Glasgow, Scozia, visto che la combustione di combustibili fossili causa più di quattro milioni di morti all'anno. Sono molte le imprese che su questo fronte stanno passando all'energia pulita, dall'elettrico al biometano. Ma come lo comunicano, a chi e dove? Considerando che autovetture, furgoni, camion e autobus producono oltre il 70 % delle emissioni di gas a effetto serra, l'impiego nei trasporti di fonti di energia pulita è necessario.

Minor consapevolezza si riscontra invece a livello di sostenibilità sociale, aspetto su cui il settore della logistica dovrebbe lavorare e comunicare maggiormente per:

- assicurarsi che chiunque lavori allo sviluppo e produzione di un prodotto operi in un ambiente di lavoro sicuro, privo di discriminazioni e non precario;
- reclutare talenti e personale con le giuste competenze;
- eliminare pregiudizi e stereotipi visto che questo mondo, nell'immaginario comune, è percepito per soli uomini;

Ma il punto non è fare l'elenco, il punto è far capire alle imprese della logistica l'importanza di raccontarsi, di prendere posizione, incentivarle a ragionare secondo un'ottica di creazione di valore nel lungo periodo.

Il dialogo con gli stakeholder. Il cuore di ogni modello di busi-

Nelle imprese logistiche deve crescere la consapevolezza della sostenibilità sociale



e di conseguenza richiede una solida strategia di comunicazione dedicata, perché la sostenibilità si sviluppa, si rendiconta ma va anche comunicata al meglio, altrimenti è un po' come investire soldi in una tecnologia performante senza però usarla. Per questo motivo è fondamentale aprire un dialogo con i propri stakeholder, studiare un modello in grado di calcolare il "valore" generato sul territorio a livello economico, di occupazione, a livello sociale, e più in generale a livello ambientale. Il cliente che conosce l'impatto dei processi di logistica sull'industria manifatturiera italiana, o nella realizzazione di un prodotto, piuttosto che nell'abbattimento di CO2, sposa in modo più consapevole modelli di sostenibilità, diventando lui stesso un driver per il cambiamento. Ecco perché bisogna prendere coscienza del proprio ruolo determinante nell'attuazione di una logistica sostenibile. Ma se tutto questo non viene rendicontato e soprattutto raccontato, a perderne non è solo la singola impresa - a livello reputazionale ed economico - ma l'intero settore. ■

I driver del cambiamento

di **Michele Savani**

Division Manager Logistics Gi Group

A fine 2018, la divisione Logistics Gi Group ha realizzato uno studio relativo all'evoluzione dei ruoli nel settore della logistica, applicando il modello proprietario di ODM Consulting per mappare i principali ruoli impiegati nel settore e leggerne in prospettiva l'evoluzione in termini di importanza. La prospettiva dell'analisi aveva una proiezione di 3-5 anni e venne svolta in collaborazione con stakeholders del settore, professionisti con responsabilità in ambito organizzativo (HR, operations, direzioni generali) e rappresentanti di istituzioni di riferimento del settore. A inizio 2021, la divisione ha sentito la necessità di anticipare i tempi per la ripetizione dell'analisi: l'evento pandemico ha rotto improvvisamente equilibri preesistenti e imposto a ogni azienda una riconfigurazione della propria organizzazione,

funzioni all'interno dei processi di approvvigionamento delle merci e di distribuzione dei prodotti finali. Un ecosistema che nel nostro paese genera circa il 7% del Pil. Nonostante ciò, la funzione "portante" del sistema logistico è diventata evidente, al di fuori della cerchia degli addetti ai lavori, solo in occasione dei lockdown occorsi nella primavera del 2020. Una fase che ha però portato uno sfasamento di flussi di approvvigionamento, trasformazione e distribuzione delle merci che a distanza di 18 mesi dall'evento continua ad avere ripercussioni su diverse catene di fornitura a livello globale. L'attenzione mediatica dettata dall'emergenza sanitaria ha messo in luce il valore aggiunto e la funzione portante delle supply chain per il funzionamento del sistema economico e distributivo nel suo complesso, rendendo evidente quanto l'infrastruttura garantita da tutti gli operatori lungo la filiera

sia indispensabile per il funzionamento di qualsiasi attività. Infrastruttura data per scontata e per molti invisibile, ma fondamentale e imprescindibile per il funzionamento di qualsiasi attività, sia nella vita lavorativa sia in quella quotidiana. La pandemia ha portato le aziende logistiche a dover affrontare una profonda rivoluzione della domanda attraverso un rapido ripensamento e adattamento dei flussi distributivi e dell'intera filiera di supply chain. A seguito dell'emergenza sanitaria, infatti, le modalità di consumo sia da parte di aziende (B2B) che di privati di tutte le età (B2C) sono diventate sempre più omnicanale data la crescente incidenza dell'e-Commerce e del ricorso alle piattaforme, con lead time ridotti e ordinativi sempre più frazionati.



L'aumento delle consegne dirette al consumatore finale sta rivoluzionando il mercato logistico

accelerando (come in molte altre industrie) processi di cambiamento già in corso. Queste accelerazioni hanno reso obbligatorio il ripensamento delle priorità di sviluppo per il settore, definendo di conseguenza le aree di investimento (e le competenze necessarie) per realizzare l'adattamento ai nuovi scenari di mercato.

Il quadro di riferimento. Quando parliamo di logistica ci riferiamo a un ecosistema di operatori fortemente interconnessi tra loro, anche se molto diversi per caratteristiche e

I principali driver evolutivi. Secondo le aziende che hanno partecipato allo studio, i driver evolutivi che hanno maggiore impatto sull'evoluzione del settore sono, nell'ordine:

- driver di mercato (rivoluzione della domanda e dei flussi distributivi, Mass Customisation di prodotti e servizi, aumento competizione e complessità arena competitiva, trend demografici guidati dall'aumento del numero di millennials e dall'espansione della Silver Economy);
- driver tecnologici (digitalizzazione delle filiere in ottica 4.0, automazione di movimentazione e stoccaggio,

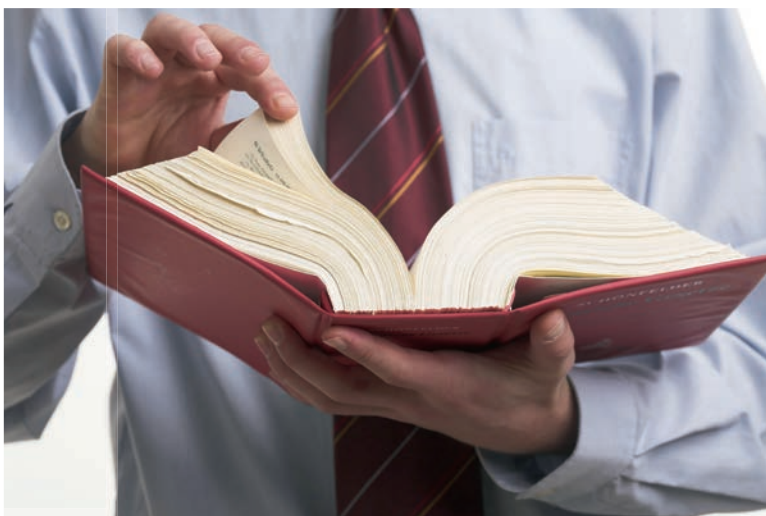
big data, analytics e AI, diffusione 5G e blockchain, cybersecurity, data protection);

- driver organizzativi (revisione dei modelli organizzativi, ricerca di flessibilità operativa, necessità di inserimento in azienda di competenze digitali, rinforzo delle strutture HR e investimento nelle industrial relations, gestione del rischio e protocolli per garantire la business continuity);
- driver normativi (entrata in vigore di normative e iniziative finalizzate a garantire la genuinità dell'appalto e la compliance legale e retributiva, contratti di lavoro non ancora in grado di rispondere alle istanze dei diversi soggetti che compongono le filiere, normative Health&Safety, normativa della privacy di complessa gestione lungo la filiera);
- driver socio-politici (crescente attenzione a temi etici e al rispetto della legalità, attenzione crescente a politiche Environmental, Social and Governance-ESG, crescente importanza della tracciabilità delle merci e delle spedizioni).

Tutti questi fattori hanno un duplice impatto: modificano il modo in cui le aziende devono operare sul mercato e, tendenzialmente, aumentano il costo dei fattori produttivi. Per un settore che fa dell'efficienza di processo il cardine principale sul quale costruire il proprio vantaggio competitivo diventa indispensabile trovare soluzioni che permettano di gestire questo aumento tendenziale della struttura dei costi.

Le pressioni del mercato e le risposte delle filiere logistiche. Gli stakeholder che hanno partecipato allo studio hanno identificato nel mercato il primo driver di cambiamento: il mercato richiede esigenze di consumo sempre più personalizzate e aspettative di servizio sempre più elevate, e questa iperframmentazione dei consumi genera un costo, scaricando sugli operatori i costi di una fortissima flessibilità operativa generati dalla personalizzazione di massa. A fronte di un tendenziale aumento dei fattori produttivi (costo della manodopera, costo dei canoni di locazione, ma anche costo di modelli di servizio sempre più sfidanti e onerosi) le aziende stanno reagendo principalmente in due modi:

- digitalizzando le filiere per rispondere allo stress subito dalle catene delle supply chain globali in occasione



Un altro tema con cui le imprese logistiche si devono confrontare è quello del cambiamento delle normative

dell'evento pandemico. Investire nella digitalizzazione significa ricercare efficienza e livello di servizio, in un contesto caratterizzato da fortissimo aumento della domanda, incremento del livello di servizio atteso dai clienti finali e sfasamento nei flussi logistici a seguito dei lockdown "asincroni" imposti a livello globale;

- ricercando efficienza operativa tramite la revisione della propria configurazione organizzativa: modelli operativi improntati alla flessibilità operativa e revisione delle logiche di terziarizzazione delle attività stanno già cambiando i modelli di lavoro di molti operatori del settore.

Lo studio Gi Group Star Matrix ha quindi rilevato e raccontato come gli operatori del settore logistico prevedono di fronteggiare le trasformazioni in atto sotto il profilo del set di competenze e delle figure professionali di cui avranno necessità nei prossimi 3-5 anni: ogni operatore, per restare rilevante lungo la filiera logistica e generare valore aggiunto, dovrà necessariamente riconfigurarsi e adattarsi di fronte a un cambiamento inevitabile e ormai impetuoso. Grazie allo studio sono stati quindi individuati i ruoli che cresceranno di importanza, diventando sempre più determinanti per il successo delle aziende, quelli che rimarranno stabili in termini di importanza e quelli che, inevitabilmente, perderanno centralità in un orizzonte temporale di medio termine.

La videoregistrazione della presentazione dei risultati e gli abstract del lavoro sono disponibili all'indirizzo <https://www.gigroup.it/aziende/divisioni/logistics/star-matrix-logistics/>.

Il rebus lavoro

E' sempre più importante la formazione, specie dei giovani, che deve essere portata avanti con una collaborazione tra le istituzioni pubbliche e il privato.



MICHELE SAVANI

Lo studio di Gi Group sull'evoluzione del mercato logistico e sull'esigenze delle aziende del settore di adeguarsi al cambiamento, di cui Michele Savani ha parlato nelle pagine precedenti, ha un'immediata conseguenza sul fronte del lavoro. Le imprese devono adeguare anche la loro organizzazione, il loro modello operativo. Per farlo devono poter contare su un personale con competenze adeguate. Aspetto che oggi appare complicato. Ne parliamo proprio con Savani.

LA DIFFICOLTÀ DI REPERIRE PERSONALE IN GRADO DI RISPONDERE POSITIVAMENTE ALLE NUOVE ESIGENZE DELLE IMPRESE LOGISTICHE, SPECIALMENTE A LIVELLO TECNOLOGICO, È UN REALE PROBLEMA?

Assolutamente sì. Da una nostra indagine, rispetto a tre, quattro anni fa, il 33% delle mansioni che si svolgevano dentro un'azienda del settore, oggi sono obsolete. Esiste una forte esigenza per elevare il livello qualitativo del personale, ma contemporaneamente c'è una medesima forte difficoltà a reperirlo. Oltretutto, il problema non si risolve "strappando" un candidato a un'altra azienda. In questo caso si copre un "buco" da una parte e se ne apre un altro.

COME SPIEGA TALE DIFFICOLTÀ?

Premetto che il problema, importante per personale con alte competenze, si registra anche in settori ritenuti meno "complicati": ad esempio, abbiamo constatato che mancano in Italia 16 mila autisti di camion. Dove, comunque, con i mezzi e le tecniche di consegna attuali servono precise competenze. Ci

sono diverse spiegazioni: il paese ha in generale un basso livello culturale, la formazione è stata in passato trascurata, così come gli studi tecnici, è mancato un "orientamento" al lavoro verso le nuove generazioni. Inoltre, per quanto riguarda la logistica, il settore è stato sempre "raccontato" male. E' un settore con forti potenzialità per i giovani che però restano "sconosciute". C'è, quindi, per il settore anche un problema di comunicazione, oggi invece di grande rilievo. Deve uscire da un ambito auto-referenziale e aprirsi, o come dicevo "raccontarsi", all'esterno.

COME USCIRE DALLE DIFFICOLTÀ?

Parlando di giovani, penso che la scuola difficilmente possa stare dietro ai veloci cambiamenti che stanno caratterizzando l'attuale momento. La loro preparazione deve avvenire attraverso politiche attive del lavoro in una collaborazione tra pubblico e privato, superando la tentazione assistenzialistica. Noi lavoriamo direttamente con le aziende, mappiamo le competenze necessarie, tenendo conto anche delle loro evoluzioni, poi valutiamo i candidati e diamo loro la preparazione necessaria.



La formazione deve sempre tenere presenti le aggiornate esigenze delle imprese in materia di manodopera

LEI PARLAVA DEGLI STUDI TECNICI, ALTRA NOTA DOLENTE?

In Italia, purtroppo sono pochi, sfiorano diplomati dieci volte meno di quanto avviene in Germania. Vanno potenziati. Questo è un compito delle istituzioni. Il loro funzionamento deve però fare centro sui territori, sui Comuni, sui docenti e sulle aziende. Non bisogna guardare genericamente all'"occupabilità", ma all'occupazione, a quanto richiesto dalle aziende. Il modello premiante dovrebbe essere quello delle Accademy.

UN'ULTIMA DOMANDA. LE AZIENDE LOGISTICHE HANNO AVUTO PESANTI PROBLEMI, IN GENERE, ANCHE NEL RAPPORTO CON COOPERATIVE CHE NON RISPONDEVANO AI REQUISITI RICHIESTI IN TERMINI CONTRATTUALI, SPECIE IN EPISODI DI SUBAPPALTO. COME GIUDICA OGGI LA SITUAZIONE?

In miglioramento. Infatti molti operatori che lavoravano utilizzando tali metodi non esistono più, anche per effetto della crisi. Oggi, sono le aziende committenti che sempre più richiedono il rispetto dei contratti e la rispondenza alle normative vigenti. ■

Associazione nazionale delle imprese logistiche, dei magazzini generali e frigoriferi, dei terminali portuali, interportuali e aeroportuali

**LA REALE RISPOSTA
A TUTTE LE VOSTRE
ESIGENZE DI LOGISTICA**

T. 02 6691567
www.assologistica.it

CULTURA FORMAZIONE
Assologistica

**LA DIVISIONE DI ASSOLOGISTICA
CHE FA E CREA "CULTURA LOGISTICA"**
con corsi, seminari, workshop e convegni

T. 02 66989866
www.assologisticaculturaeformazione.com

I nostri partner



www.easydent.com
800 200 510
ClinicheEasyDent

Linde Material Handling
Linde

Via Forlanini 42 - Arcore (MB)
Tel 03962705.1 r.a.
Fax 0396270550
meregalli@mere.it
www.meregallisrl.it

Ultimissime



**Voucher digitalizzazione, via
alle domande dal 30/1/2018**

08/01/2018

Già dal 15 gennaio sarà però possibile accedere alla procedura informatica e compilare la domanda direttamente dal sito del ministero dello Sviluppo

La rivista



AEROME

08/01/18
Nel 2

NOTIZIE, INTERVISTE, APPROFONDIMENTI E INCHIESTE

Le trovate qui

www.euromerci.it

Indispensabile per tutti gli operatori della supply chain

Gli operatori americani contestano duramente le compagnie marittime

Le attuali grosse difficoltà dei porti e delle supply chain sarebbero dovute alle “operazioni di cartello tra le grandi Alleanze marittime oceaniche”.

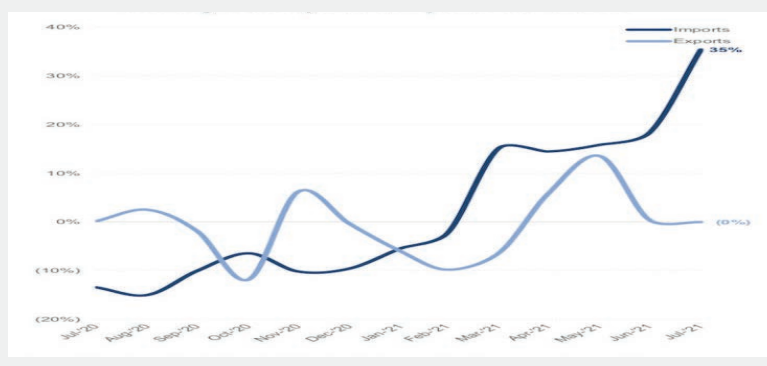
di **Paolo Giordano**

Continua negli Stati Uniti la mobilitazione dell'intero settore della logistica. L'obiettivo è una nuova regolamentazione dei rapporti con le grandi compagnie armatoriali straniere. Euromerci (numero marzo 2021, pag. 14, ndr) aveva dato notizia delle prese di posizione di diverse associazioni del settore portuale che chiedevano al governo federale, ad esempio, l'abolizione dell'esenzione dalle norme antitrust delle quali beneficiano le grandi concentrazioni delle compagnie oceaniche. La richiesta aveva preso spunto dalla situazione di crisi che affliggeva non solo il sistema portuale, quasi paralizzato dall'affluenza di navi portacontainer senza un controllo, ma anche quello dell'esportazione, in primo luogo degli operatori di prodotti agroalimentari. Questi ultimi lamentavano la quasi impossibilità di reperire container, accusando le grandi compagnie di “catturarli” vuoti per trasportarli nei loro viaggi di ritorno e per metterli a disposizione degli esportatori cinesi (non va anche dimenticato, a tale proposito, che i maggiori produttori di container sul mercato internazionale sono cinesi, come le compagnie China International Marine Container, Singamas Container Holdings, Cxix Group Containers Company e Dong Fang International Container), con il forte aumento dei noli marittimi, le criticità di trasporto, con veicoli bloccati nei porti o all'ingresso delle aree portuali per le difficoltà, dato il sovraccarico di lavoro, di scaricare la merce. Tutto ciò ha comportato un aumento, forte e generalizzato, dei costi logistici. In particolare,

USA: import ed export

Fonte: Splash

(lug. 2020-lug. 2021, variazioni % tendenziali)



la crisi dell'export USA è diventata così notevole che, ad esempio, si è giunti a pagare sino a 300 dollari solo per prenotare un container senza neppure avere la certezza di poterlo poi utilizzare, data le difficoltà nei porti. La responsabilità di tale situazione, secondo gli americani, è dovuta alle “operazioni di cartello tra le grandi Alleanze delle compagnie marittime”. Weston LeBar, Ceo dell'Harbor Trucking Association, aveva così riassunto la situazione: “La legislazione che riguarda i comportamenti delle compagnie marittime che operano nel settore container deve essere emendata se si vuole che i lavoratori portuali americani migliorino la loro condizione. Abbiamo bisogno che sia tolta l'immunità antitrust che ha aiutato queste compagnie straniere: per ogni beneficio che loro hanno ricevuto sul versante marittimo, noi abbiamo visto crescere le nostre difficoltà e le inefficienze sulla sponda

terrestre. Noi abbiamo bisogno che il governo americano protegga le compagnie marittime nazionali e i nostri lavoratori dallo sfruttamento perpetuato dagli armatori stranieri. Noi abbiamo bisogno di salvaguardare le nostre compagnie”.

Come abbiamo detto, la protesta sta continuando. Una coalizione composta da 152 società e associazioni, che rappresentano negli Stati Uniti gli importatori, gli esportatori, l'autotrasporto merci e ogni altro segmento della supply chain, ha inviato una lettera al Congresso, sollecitando l'approvazione per la legge che dovrebbe riformare lo shipping oceanico. Il riferimento è alla proposta di legge che due membri del Congresso, il democratico californiano John Garamendi e il repubblicano del Dakota del Sud Dusty M. Johnson - quindi una proposta “bipartisan” - hanno recentemente presentato. Sulla base di



Porto di Miami, Florida. Il sistema portuale americano è sempre sotto pressione per l'aumento dei traffici marittimi e terrestri

tale legge le compagnie marittime non potrebbero più respingere le prenotazioni di slot sulle navi avanzate da esportatori americani e dovrebbero attenersi scrupolosamente a tutte le disposizioni previste dalla legge. Inoltre, dovranno essere rese note pubblicamente tutte le false dichiarazioni emesse dalle compagnie per evitare "imbarchi". In definitiva, la proposta di legge mira a rafforzare la posizione degli esportatori americani, sul territorio nazionale, e crea le condizioni affinché le compagnie armatoriali non possano più "ignorarli". Johnson, nel presentare la legge, ne ha riassunto la motivazione e lo scopo: "Le compagnie marittime oceaniche non si stanno comportando in maniera corretta e gli operatori americani di tanti settori e della logistica ne stanno pagando il prezzo. E' l'ora di cambiare tale situazione. Questo è lo scopo che la nostra legge vuole raggiungere". C'è però una forte preoccupazione sui tempi di approvazione del provvedimento, dato che nei prossimi mesi il Congresso è impegnato su molteplici fronti. Quindi, l'approvazione probabilmente non avrà tempi brevi, nonostante, come accennato, veda tra i promotori sia il partito democratico sia il partito repubblicano.

La lettera inviata al Congresso dalla stragrande maggioranza degli operatori del settore portuale e logistico ha fatto il punto della situazione con molta chiarezza: "I mercati stranieri stanno

diventando per gli operatori economici americani raggiungibili con molte difficoltà, principalmente per quelli che operano nel settore agroalimentare, che esporta oltre il 20% della propria produzione. Le criticità stanno nella difficoltà di ottenere container di ogni tipo e di assicurarsi spazio sulle navi a prezzi ragionevoli. Ciò sta mettendo a rischio le imprese e sta minacciando la ripresa economica. I comportamenti delle grandi compagnie marittime straniere sono irragionevoli e stanno perciò colpendo negli USA direttamente chi esporta e anche, indirettamente, chi è coinvolto nelle operazioni di import".

La risposta delle compagnie marittime non si è fat-

ta attendere. John Butler, presidente e amministratore delegato del World Shipping Council, che rappresenta il "quartier generale" delle compagnie a Washington DC, ha sottolineato: "La risposta alla critica situazione delle supply chain sta nella normalizzazione della domanda e non nel cambiare le regole. C'è un'insufficiente capacità sui treni merci e sull'autotrasporto, i magazzini sono strapieni e i porti stanno parimenti scoppiando. La responsabilità non è di un anello o in un altro della supply chain, ma semplicemente nell'incapaci-

tà di quest'ultima di gestire con efficienza la fortissima crescita della domanda. Ciò è dimostrato dai ritardi, dalle interruzioni dei trasporti e dalla scarsità di capacità che si registra lungo tutta la supply chain. Ogni attore della filiera logistica sta lavorando per migliorare il sistema, ma in realtà finché continuerà una simile pressione sulla domanda di beni di importazione da parte di operatori economici e consumatori, le cose non miglioreranno". Nonostante queste affermazioni, che "capovolgono" le responsabilità delle criticità, trasfe-



Anche il sistema ferroviario e quello dell'autotrasporto stanno mostrando crepe per non avere una capacità in grado di rispondere alla domanda

rendole dal trasporto marittimo, come sottolineano gli americani, al trasporto terrestre, le compagnie marittime stanno "fiutando" il vento contrario e non stanno sottovalutando le proteste degli operatori. Soprattutto, stanno valutando le possibili conseguenze negative che potrebbero derivare da un intervento legislativo. Non è un caso che la compagnia Cma Cgm, la terza la mondo nel settore container, è già uscita allo scoperto, affermando che bloccherà ogni aumento tariffario fino a febbraio prossimo. ■

VGP: parchi logistici sviluppati nel segno dell'efficienza



“Guardiamo al futuro senza tralasciare i valori che da sempre contraddistinguono il nostro operato, fatto di persone e professionalità, progetti innovativi”, afferma Agostino Emanuele, Country Manager di VGP Italy.



AGOSTINO EMANUELE

VGP è stata fondata nel 1998 come sviluppatore immobiliare belga a conduzione familiare nella Repubblica Ceca. Con uno staff di circa 300 dipendenti oggi possiede e gestisce immobili logistici e semi-industriali di alta qualità in 11 paesi europei direttamente e attraverso diverse joint venture 50:50. VGP opera un modello di business completamente integrato con capacità e competenze di lunga data in tutta la catena del valore. L'azienda ha un portfolio di terreni di sviluppo (di proprietà o impegnati) di 8,56 milioni di mq.

Nel 2018 VGP decide di entrare sul mercato italiano con gli uffici a Segrate in provincia di Milano. Recentemente è stata annunciata l'aggiunta di un secondo ufficio in Italia, a Roma: questa seconda sede della società, presso Palazzo Marignoli, a Piazza San Silvestro, si inserisce in un'ottica di espansione dell'azienda attraverso l'Italia. In più di

due anni il team è cresciuto costantemente e oggi annovera 12 professionisti che, con le loro competenze, contribuiscono all'espansione di VGP nel Paese. “Guardiamo al futuro senza tralasciare i valori che da sempre contraddistinguono il nostro operato, fatto di persone e professionalità, progetti innovativi”, afferma Agostino Emanuele, Country Manager di VGP Italy. “I nostri immobili sono il cuore e il centro della nostra attività e rappresentano un'area chiave in cui possiamo avere un impatto positivo sulla sostenibilità. Il nostro impegno per promuovere soluzioni sostenibili e innovative consiste nel dotare gli immobili di certificazioni ambientali, nell'utilizzare elementi tecnologici per la riduzione di CO2 e nella gestione sostenibile del portafoglio”, continua Agostino Emanuele.

VGP Italy ha, attualmente, in portfolio quattro business parks di proprietà - Valsamoggia (BO), Calcio (BG), Sordio (LO), Padova - e ha in cantiere altri sviluppi nel centro e nord Italia. “La nostra offerta per i clienti, oltre a location di livello prime, prevede team di specialisti competenti, composti principalmente da ingegneri, con esperienza rilevante da poter lavorare a stretto contatto con i nostri clienti per aiutare a progettare 'in-house supply

chain' competitivi e 'semi-industrial production environment” – sottolinea il Country Manager Italy. I business park di VGP si inseriscono all'interno di uno studio accurato delle esigenze del mercato e dei clienti, con una progettualità che persegue le linee guida del Gruppo, valide in tutta Europa:

- scelta di prime location
- vicinanza ad un casello autostradale
- ottima visibilità, trasporti pubblici efficienti
- inserimento in aree industrializzate nella vicinanza a centri urbani con un abitato superiore ai 150 mila cittadini
- possibilità di insediamento da parte di operatori sia logistici che industriali ovvero industrie che intendano sviluppare la propria vocazione eCommerce, volontà di dotarsi di immobili con un valore anche estetico urbano
- la presenza sempre più importan-

VGP Park Calcio, Bergamo, sito multi tenant



te di verde ed impianti fotovoltaici all'interno dei parchi

- certificazione di tutti i nuovi edifici BREEAM Very Good

A luglio scorso sono partiti i lavori del primo Hub logistico internazionale customizzato per GLS Italy dove verrà realizzato un immobile "green" su un'area dismessa da anni e in fase di riqualificazione da parte di VGP Italy nel comune di Sordio. In linea con gli impegni di sostenibilità di VGP, l'**Hub logistico di Sordio** offrirà spazi flessibili in base alle esigenze del cliente con elevati standard di sostenibilità, compresa la certificazione **BREEAM "Very Good"** (Building Research Establishment Environmental Assessment Method). Si prevede inoltre che l'edificio venga dotato di pannelli fotovoltaici su tutta la superficie del tetto. Inoltre, si avranno più di 4.000 mq di spazio verde e un progetto per la piantumazione di varie specie, tra cui circa 80 alberi. "Siamo focalizzati sull'ottimizzazione continua dei nostri edifici seguendo le richieste di mercato e le ultime innovazioni tecnologiche. Efficienza energetica e sostenibilità sono tra le nostre massime priorità - aggiunge il Country Manager VGP Italy - Sappiamo che è possibile costruire, riqualificare, rinnovare e trasformare proprietà logistiche e produttive in modo sostenibile e tecnologicamente avanzato, portando benefici sia per l'ambiente che per il personale impiegato nelle nostre sedi". Sulla base degli standard internazionali per la contabilizzazione dei gas serra previsti dal protocollo GHG, VGP ha definito diversi step che permetteranno all'azienda di conquistare la neutralità carbonica entro il 2025. Inoltre, l'obiettivo è quello di ridurre le emissioni di gas serra del 50% entro il 2030.

Il Country Manager spiega come, per raggiungere questo ambizioso traguar-

do, siano state introdotte **quattro misure chiave** nei diversi ambiti delle attività quotidiane, calcolate sulla base di un'indagine condotta nel corso del 2019 sull'impronta di carbonio conforme al protocollo GHG:

- rendere il pendolarismo più sostenibile utilizzando auto elettriche e biciclette per i viaggi inferiori a 10 km
- implementare una policy aziendale sulle trasferte che preveda la riduzione di viaggi di lavoro in aereo, utilizzando la teleconferenza per il 20% dei meeting ed il treno per viaggi inferiori a 750 km
- passare a contratti di energia da fonti rinnovabili nei i nostri uffici
- promuovere la digitalizzazione per ridurre il consumo di carta e i rifiuti

Le soluzioni tecnologiche che VGP offre direttamente ai suoi clienti sono tra le più avanzate in Europa, dall'integrazione dell'energia rinnovabile, installando il fotovoltaico sui tetti degli edifici, al sostegno dei progressi tecnologici legati ai veicoli tecnici.

La società ha avviato e realizzato numerose iniziative nella sua strategia di sostenibilità. Una di queste è il lancio anche di **VGP Renewable Energy**, la nuova e separata unità di business. Offre diversi tipi di energia rinnovabile, come quella solare, termica e dei sistemi integrati per lo stoccaggio e la distribuzione. La nuova business unit offre energia rinnovabile attraverso sistemi fotovoltaici, su tetto o a terra, provvedendo sia all'installazione che alla gestione delle batterie. Inoltre, assiste i conduttori per ottimizzare l'uso

VGP Park Valsamoggia, Bologna, Macron Headquarters



di energia rinnovabile attraverso il controllo di energia nei processi industriali e di produzione al fine di massimizzare il potenziale di consumo FV/Eolico. Inoltre tra gli obiettivi di VGP rientra l'aumento della produzione di energia proveniente da fonti rinnovabili fino a 200 MWp e la certificazione di tutti i nuovi edifici **BREEAM Very Good** o equivalente come standard minimo di costruzione. Oltre all'offerta di energia rinnovabile, VGP sostiene i clienti che desiderano passare a mezzi leggeri e pesanti elettrici mettendo loro a disposizione stazioni di ricarica batterie per auto e camion elettrici. Al fine di massimizzare l'impatto sociale creato, VGP ha istituito nel 2019 la **VGP Foundation**, alla quale la società contribuisce con circa l'1-2% del suo profitto annuale. Tra gli obiettivi rientra la tutela della natura, progetti sociali con le comunità locali e la conservazione del patrimonio culturale europeo. VGP ha annunciato i risultati del semestre conclusosi il 30 giugno 2021 con una forte performance operativa che ha portato ad un utile netto record di **203,8 milioni di euro**. Nel 2021 ha avviato 426 mila mq di progetti e altri 386 mila mq sono previsti nei prossimi mesi (portafoglio costruzioni totale incluso l'avvio del 78% pre-let). Il valore totale del portafoglio è aumentato a 4,48 miliardi di euro (più 16,6% YTD). ■

Un settore a gonfie vele, con il nord a fare da traino

L'assorbimento di spazi non mostra cedimenti, nonostante la crisi pandemica. A crescere sono soprattutto le regioni settentrionali e in particolare il nord est, con in testa il Veneto e l'area di Verona.

di **Ornella Giola**

E' dal 2016 che il mercato immobiliare logistico nazionale registra tassi di crescita importanti, a seguito di una notevole domanda di spazi. Fenomeno che neanche la recente pandemia ha fermato, dal momento che nel primo semestre 2021 il mercato ha registrato un assorbimento eccezionale, pari a circa 1,3 milioni di mq, in aumento del 58% rispetto al primo semestre del 2020 (con circa 830 mila mq assorbiti), con previsioni per fine anno più che positive e valori superiori o almeno pari a quelli registrati nel 2020 (intorno ai 2,3 milioni di mq), il miglior anno di sempre per il settore.

Magazzini sempre più Hi-tech. La domanda di immobili logistici si orienta sempre più verso magazzini moderni e tecnologicamente avanzati con una suddivisione relativamente equa tra spazi esistenti in pronta consegna e sviluppi su misura. Da segnalare che sul totale delle locazioni siglate per immobili già esistenti, circa il 24% è relativa a strutture il cui sviluppo è iniziato su base speculativa. La domanda di asset logistici è stata guidata prevalentemente dagli operatori 3PL (61% del totale), la cui espansione è legata principalmente alla crescita delle vendite online. Tuttavia, va segnalato che all'interno di questa specifica categoria 3PL rientrano anche le società di logistica che utilizzano spazi sia per conto degli operatori di eCommerce

IL PROFILO DI GVA REDILGO

Fondata nel 1971, la società è una delle più importanti realtà italiane attiva nel settore della consulenza, dell'intermediazione e dei servizi immobiliari integrati e mette a disposizione del mercato team di professionisti specializzati capaci di operare su tutto il territorio nazionale con uffici diretti a Milano e Roma. Il Team Logistics & Industrial mette al servizio di uno dei settori strategici dello sviluppo produttivo ed economico italiano competenze specifiche ed elevata professionalità, avendo ottenuto negli ultimi anni un track record che ha consentito a GVA Redilco di ottenere la leadership nel settore a livello nazionale. Nel primo semestre 2021, la società ha transato circa un terzo del totale di mercato, riconfermando la propria posizione di leadership nel comparto logistico. GVA Redilco si pone quindi come punto di riferimento delle imprese del settore industriale e logistico e offre servizi di advisory/agency per l'acquisto, la vendita e la locazione di aree, capannoni, magazzini e complessi, con una esperienza consolidata nella valutazione delle specifiche esigenze tecniche e logistiche dei diversi settori produttivi. Promuove infine servizi di capital market verso i principali fondi di investimento italiani e stranieri. www.gvaredilco.com

sia dei retailer puri. Si sta inoltre osservando una crescita della domanda dei retailer che operano online e che internalizzano le proprie funzioni logistiche. Retailer ed operatori di eCommerce insieme hanno rappresentato il 31% dell'assorbimento del mercato nel primo semestre 2021. Quanto all'andamento dei canoni di locazione si evidenzia una sostanziale stabilità in quasi tutte le location "prime", dopo un aumento registrato nel 2020.

Un mercato in linea con l'Europa. L'andamento del mercato italiano - maturo e consolidato - va quindi allineandosi a quanto osservato negli altri paesi euro-

pei, andando in particolare a recuperare la storica carenza di prodotto grazie all'accelerazione dei completamenti. Infatti, durante il primo semestre del 2021, sono stati completati 760 mila mq - di cui quasi 300 mila speculativi (39%) - ed entro la fine dell'anno è previsto il completamento di 1,7 milioni di mq di nuovo prodotto. Importante sottolineare che di questi sviluppi speculativi consegnati circa il 42% è stato chiuso tra contratti pre-let e definitivi. Il 24% dei nuovi sviluppi completati nel primo semestre 2021 è localizzato nel nord-est.

A livello di ripartizione regionale, va



Due immagini del magazzino di Nogarole Rocca, Verona, commercializzato dalla società GVA Redilgo



rilevato che la Lombardia resta la regione leader, anche se con un margine più contenuto, catalizzando il 38% dell'assorbimento totale nel primo semestre di quest'anno. In crescita risulta il volume di take up nelle altre regioni, quali Emilia Romagna che rappresenta il 21% del totale della prima metà dell'anno e quelle del nord est, con il 18%, facendo tornare l'area ai valori storici di mercato. Infine, l'11% dell'assorbimento è localizzato in Piemonte, mentre pesano per il 10% sia la Toscana sia il Lazio. Nel Veneto, una delle zone industriali più ricche e innovative d'Italia, in particolare l'area di

Verona, dove è in atto un rapido assorbimento di nuovi progetti di sviluppo speculativi in località strategiche della provincia, rappresenta un mercato logistico di primaria importanza: beneficia infatti di una posizione favorevole, all'intersezione tra i corridoi europei Ten-T "est-ovest" e "nord-sud". Del resto non è un caso se i principali investitori immobiliari (ma non solo) hanno già scommesso su questa zona. In provincia di Verona si sta smarcando particolarmente dal punto di vista degli insediamenti logistici il comune di Nogarole Rocca, dove GVA Redilgo sta commercializzando un nuovo ma-

gazzino. L'asset sorge a breve distanza dall'autostrada A4 e a meno di due chilometri sia dal casello della A22 che dalla TI-BRE in corso di costruzione, in un'area strategica già selezionata da primari operatori del settore, tra i quali anche Zalando, il cui nuovo "Italian and Southern European Logistics Hub" è stato recentemente inaugurato accrescendo l'interesse per la zona e la sua strategicità.

Il magazzino di Nogarole Rocca, commercializzato, come detto, da GVA Redilgo, ha una superficie lorda di 50 mila mq (frazionabile in moduli da circa 10 mila) e si sviluppa su una superficie fondiaria di 100 mila mq; prevede le più avanzate specifiche di grado A e di certificazione Leed Gold. L'immobile è infatti dotato di soluzioni tecniche all'avanguardia dal punto di vista del risparmio energetico, in un'ottica sia di tutela ambientale sia di convenienza economica di gestione. Questi i suoi numeri e le sue caratteristiche: altezza utile sotto-tegolo di 12,5 metri; presenza di impianto Sprinkler ESFR/NFPA, 65 baie di carico doppio fronte (13 per modulo), 5 portoni a raso (1 per modulo), ampie aree di manovra esterne e 57 parcheggi privati per tir. La struttura presenta elevata flessibilità operativa e di stoccaggio. Eccellente anche la sua ubicazione, a 28 chilometri di distanza da Verona, 18 da Mantova e 18 dallo scalo aeroportuale veronese Catullo. Come riportato sopra, l'hub è vicino all'autostrada A4 e a ai caselli sia della A22 che dalla TI-BRE, corridoio plurimodale Tirreno-Brennero e raccordo autostradale in costruzione, destinato a unire l'autostrada della Cisa A15 Parma-La Spezia all'interconnessione con l'Autosole A1 Milano-Napoli con l'autostrada del Brennero A22 Modena-Brennero, proprio in località Nogarole Rocca. ■

Un progetto Kontractor a Vercelli per la società DIMO

Il General Contractor, nonostante il lockdown, ha portato a termine in tempi stretti l'ampliamento del magazzino e le relative opere di urbanizzazione.

Kontractor, divisione del Gruppo Kopron specializzata nelle costruzioni chiavi in mano build to suit in qualità di General Contractor, ha portato a termine un altro importante progetto per la società DIMO SpA: un ampliamento logistico della sede operativa di Vercelli per una superficie di circa 10 mila mq e le relative opere di urbanizzazione. Oltre alla costruzione, il General Contractor, avendo sottoscritto un contratto di tipo integrato, si è occupato anche di tutto l'iter burocratico per

Luciano Vipiana che ne è presidente "è stata protagonista, negli ultimi anni, di un'importante crescita aziendale sia sotto il profilo dei negozi fisici sia per l'importante sviluppo del canale online. Il nostro magazzino logistico - continua il presidente - benché di recente costruzione, non riusciva più a far fronte a tutte le richieste dei clienti e dei nostri punti vendita. Da qui, l'idea



emendamenti ministeriali, non solo nazionali ma anche regionali. "Eppure, noi di Kontractor, più che vedere una difficoltà dettata da una situazione insolita e contingente - racconta il direttore tecnico della divisione Camillo Mastrolorenzo - abbiamo vissuto questo progetto come una bella sfida e abbiamo deciso di mettere in campo tutte le nostre competenze per raggiungere l'obiettivo e soddisfare le richieste di un importante cliente".



Due immagini del magazzino DIMO di Vercelli, realizzato dalla Kontractor

l'ottenimento del permesso di costruire, con il grande vantaggio, per il cliente, di avere un unico interlocutore sin dalle primissime fasi di sviluppo progettuale.

"**DIMO, azienda leader** nella distribuzione di prodotti per l'elettronica a marchio Euronics" ci spiega meglio

di sfruttare il terreno ancora a nostra disposizione per ampliare il magazzino esistente, aumentando così lo spazio di stoccaggio". Kontractor by Kopron ha vinto, a febbraio 2020, una gara d'appalto in pieno lockdown: un periodo tutt'altro che semplice e non certo privo di difficoltà dove ogni decisione è stata spesso ostacolata dai diversi

I mesi di lockdown del 2020 sono stati così sfruttati al massimo per dialogare con l'amministrazione comunale e i diversi enti territoriali per l'ottenimento del permesso di costruire. In questo modo, alla prima riapertura post-covid, a luglio 2020, il General Contractor ha potuto iniziare i lavori senza perdere altro tempo prezioso,

così da poter mettere il magazzino a disposizione del cliente in tempi molto brevi, in vista della campagna vendite di Natale. Durante i lavori di costruzione, l'attività del magazzino esistente non si è mai fermata e Kontractor ha saputo gestire tutte le interferenze senza creare disagi, nel pieno rispetto della salute e sicurezza dei lavoratori. Particolare attenzione è stata rivolta all'inserimento ambientale e all'impatto ecologico di questa nuova costruzione: la rimodellazione del terreno è stata studiata per non spostare le terre di scavo e non produrre così materiali di scarto. Inoltre, il progetto delle aree esterne a verde e i colori del fabbricato sono stati studiati in totale accordo con il Metaprogetto ambientale del Comune (una guida per la sostenibilità paesaggistico-ambientale dei nuovi fabbricati) per favorire una riduzione complessiva dell'impatto visivo-percettivo della nuova costruzione. L'architetto Francesco Beia, progettista Kontractor, ci spiega come la mitigazione ambientale sia stata affidata alla realizzazione di aree a verde alberato a integrazione di quelle esistenti e di quelle previste nell'ambito delle opere di urbanizzazione esterne: "Le alberature sono caratterizzate da impianto in filare lungo il lato est dell'area di intervento, in continuità con quelle previste nell'area pubblica, tramite la messa a dimora di pioppo cipressino e di un'area ad acero campestre con morfologia a bosco planiziale. L'estensione e continuità visiva dei filari costituisce un elemento morfologicamente caratterizzante dell'intervento: le superfici destinate a verde permeabile sono significativamente superiori rispetto a quelle necessarie secondo la normativa urbanistica. L'insieme delle superfici a verde alberato pubbliche e private - continua Beia - porta alla realizzazione di un sistema la cui estensione

e morfologia non riveste unicamente il ruolo di filtro visivo o di elemento di mitigazione ambientale, ma si caratterizza come un'area a verde articolata, visivamente rilevante, strutturata in continuità con l'ambito territoriale adiacente". Molti altri i temi approfonditi, tra cui quello relativo agli scarichi idrici (acqua piovana da copertura e piazzali) che sono stati analizzati e progettati per non costituire aggravio rispetto al sistema idraulico esistente tramite una vasca di compensazione di grandi dimensioni e quello ancora più delicato dell'antincendio che, grazie ad un approccio ingegneristico gestionale (FSE - Fire Safety Engineering), ha potuto garantire un'altezza di stoccaggio congrua alle necessità del cliente.

"Abbiamo avuto modo di conoscere il Team di progetto ancora prima che Kontractor diventasse una realtà nel mondo dell'edilizia - sottolinea il presidente di DIMO, Luciano Vipiana - perché gran parte dei professionisti ci avevano già seguito nella realizzazione della sede direzionale e magazzino adiacente. È stata una scelta vincente perché la reciproca conoscenza ci ha permesso di portare avanti un progetto tutt'altro che semplice, in tempi molto stretti e affrontando le difficoltà con uno spirito collaborativo non sempre scontato nel mondo delle costruzioni. Siamo molto contenti e soddisfatti del risultato ottenuto! Un bel lavoro, di fondamentale importanza per la crescita della DIMO SpA". ■

LE CARATTERISTICHE DELL'IMMOBILE

Tecniche: area di intervento circa 16 mila mq; ampliamento del fabbricato a uso logistico esistente, superficie coperta pari a 9.736 mq; aree pavimentate esterne in calcestruzzo e asfalto, per movimentazione veicolare e caricoscari-co, con superficie pari a circa 2.500 mq; baie di carico su due lati opposti del fabbricato (11 lato nord/6 lato sud) con pavimentazione esterna ribassata (-1.20 m) e relative rampe di collegamento alle aree pavimentate; portoni sezionali con accesso a quota piazzale (2 lato nord/4 lato sud); tettoie metalliche esterne a servizio delle operazioni di carico/scarico; sistemazioni a verde della restante area del lotto di intervento, inerbimento e piantumazioni con specie autoctone; realizzazione del sistema di drenaggio e smaltimento delle acque meteoriche delle superfici pavimentate e delle coperture in progetto tramite un bacino di laminazione dedicato; opere interne ai fabbricati esistenti: ampliamento della zona dedicata alla mensa e realizzazione di nuovi blocchi per servizi igienici.

Architettoniche e tecnologiche: prefabbricato in calcestruzzo su unico livello, altezza sotto-trave pari a 10,50 m, maglia strutturale 20,00 x17.50 m; pannelli di facciata in calcestruzzo; sistema di copertura tipo bacacier interamente pedonabile, orditura di travi e tegoli alari con piano in lamiera grecata e pacchetto di copertura coibentato con impermeabilizzazione in PFO; 24 lucernari apribili (6,00x3,00 m) per illuminazione e ventilazione naturale, 48 lucernari evacuatori fumo e calore (2,00x1,00 m) con funzione anti-incendio; collegamenti interni con portoni scorrevoli tagliafuoco a chiusura automatica; pavimentazione industriale rinforzata con fibre di acciaio; tettoie metalliche con funzione di deposito e per la ricarica esterna dei carrelli elevatori.

Droni e robot fedeli alleati della logistica last mile

Il veloce e costante sviluppo dell'eCommerce sta complicando la distribuzione nelle aree urbane. Servono nuovi strumenti, nuovi magazzini, più piccoli e più tecnologici, e una giusta e funzionale localizzazione degli impianti.

La logistica last mile continua a registrare un trend positivo, stimolato principalmente da tre elementi: l'eCommerce, l'innovazione tecnologica e i diversi metodi di consegna high-tech, a cui si stanno abituando gradualmente i consumatori. Al fine di rendere il percorso delle merci il più veloce e snello possibile, in primo luogo sull'“ultimo miglio”, vi è bisogno di introdurre soluzioni innovative nei servizi di consegna e di gestione. Proprio sulle nuove tecnologie utilizzate nella logistica urbana si concentra lo studio “Last Mile Solutions” realizzato dal dipartimento di Ricerca di World Capital. La ricerca mette in luce che, per le consegne nell'area urbana, droni, veicoli autonomi e completamente elettrici, bici a pedalata assistita leggere e spaziose per il carico sono solo alcune soluzioni in fase di sperimentazione in giro per il mondo.

Ad esempio, uno dei più interessanti case study riportati nella ricerca è quello di DHL Express, che ha stretto una partnership con la società di veicoli aerei autonomi EHang per effettuare consegne con droni, al fine di affrontare le sfide dell'ultimo miglio in Cina. Le sue caratteristiche includono decollo e atterraggio verticale, identificazione visiva, pianificazione intelligente del percorso, volo completamente automatizzato e connessione e pianificazione in tempo reale. Il drone copre una distanza di circa otto chilometri tra la sede del cliente e il

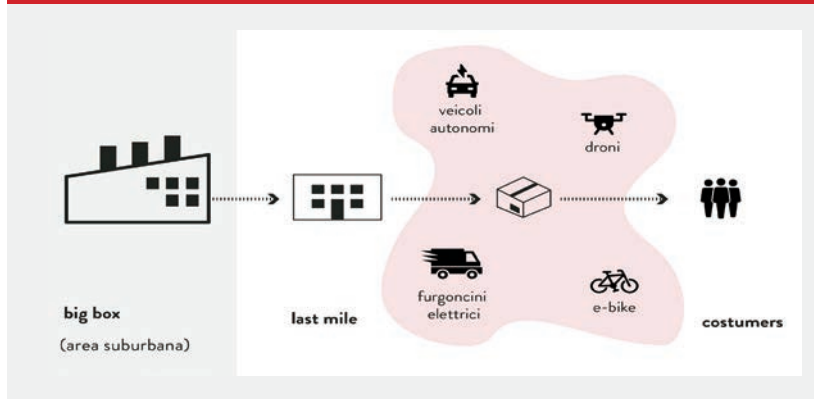


I droni possono introdurre cambiamenti nella logistica urbana e nella gestione dei magazzini

centro servizi DHL e il peso massimo per il trasporto è di cinque chili. Secondo le ricerche condotte dall'Osservatorio Droni della School of Management del Politecnico di Milano, che si occupa di studiare il mercato, le applicazioni e la normativa dell'industria dei droni in Italia e all'estero, nel 2020, il comparto ha registrato un valore di 73 milioni di euro, con una riduzione del 38% rispetto al 2019 causata dalle forti limitazioni e restrizioni imposte dalla pandemia. In generale, comunque, in campo logistico si registra un grande fermento sui droni: il 31% degli operatori del settore, infatti, si mostrano interessati a introdurre progetti con l'utilizzo di questi strumenti entro i prossimi tre anni in ambiti che vanno dal trasporto alla sicurezza, all'inventario di magazzino. Anche l'80% delle imprese produttrici

di droni conferma che entro questo termine di tre anni il mercato avrà un forte sviluppo. La stessa crisi pandemica ha dato una spinta ad alcune applicazioni, evidenziando il potenziale dei droni in specifiche attività, come il monitoraggio della popolazione, la consegna di materiale medico, la comunicazione delle linee guida sul distanziamento sociale e la sanificazione di immobili e strade. Oggi sono diversi i campi professionali in cui vengono utilizzati i droni: dalle utility, con l'ispezioni delle linee elettriche e delle infrastrutture lineari, all'ambito agricolo, dove queste tecnologie vengono impiegate per spargere sostanze sui campi, alla logistica. Sono infatti oltre 60 i progetti a livello internazionale nati come risposta all'emergenza sanitaria censiti dall'Osservatorio. Il 70% di tali progetti

La distribuzione urbana



sono stati promossi da pubbliche amministrazioni. “Gli impieghi dei droni sono davvero molteplici e diffusi in tutti i paesi del mondo. La pandemia ha rappresentato solamente una battuta d’arresto in un settore che sta attraversando un forte fermento e un’importante crescita di interesse e applicazioni. Ci aspettiamo sicuramente che questa tecnologia diventerà di utilizzo comune per le aziende entro i prossimi anni”, ha commentato Paola Olivares, direttrice dell’Osservatorio.

I droni e la logistica. Sulla stessa linea della Olivares, il Ceo di World Capital Andrea Fini che, a proposito delle applica-

zioni dei droni nel settore logistico, ha dichiarato: “I droni, così come i robot, rappresentano sicuramente un grande cambiamento, soprattutto per i processi della supply chain. L’impiego di questi strumenti tecnologici all’interno dei magazzini comporta una rivisitazione degli spazi immobiliari logistici, che dovranno essere pensati e costruiti al fine di migliorare l’interazione tra le macchine e le persone impiegate all’interno”. Oltre ai droni, anche i robot registrano grande fermento nella logistica. Un esempio è quello della start up Starship, che ha ideato un prototipo di robotino da strada. Questo “alleato tecnologico” viaggia sui marciapiedi a

una velocità massima di 6 chilometri all’ora e può essere controllato a distanza. Il robot pesa 25 chili e ne può contenere fino a 9,1. Tali strumenti sono inoltre dotati di telecamere, GPS, sensori a ultrasuoni, radar e

persino altoparlanti, che permettono ai robot di comunicare con le persone che incontrano.

Un modello per scegliere la giusta localizzazione del magazzino last mile. Quando parliamo di immobili last mile, ci riferiamo a magazzini urbani di piccole dimensioni localizzati in determinate aree della città con l’obiettivo di recapitare beni fisici. Con lo sviluppo dell’eCommerce e l’aumento delle consegne cittadine, stabilire la corretta localizzazione di uno stabilimento last mile è di fondamentale importanza per la riduzione dei costi e l’efficienza del servizio. Per questo il dipartimento di Ricerca di World Capital ha sviluppato un nuovo modello localizzativo per l’intera provincia di Milano al fine di stilare un ranking delle aree maggiormente strategiche a ospitare hub a supporto dell’ultimo miglio. Tale modello prende in considerazione alcuni elementi, per esempio la presenza di infrastrutture di trasporto privato (come le autostrade), di trasporto pubblico locale, di stazioni bike e car sharing e piste ciclabili, la vicinanza ai capannoni logistici e la densità media provinciale. A ogni elemento è stato poi attribuito uno specifico peso in relazione alla sua importanza per uno stabilimento last mile. Dall’analisi di World Capital emerge che l’area più idonea per la localizzazione di un magazzino last mile nella provincia di Milano è la zona Milano Fiera Rho, che si caratterizza per essere un cluster estremamente strategico per l’assetto infrastrutturale, per la massiva presenza del trasporto pubblico locale e, in ottica futura, anche per il macro progetto Milano Innovation District che riguarda l’area dove si è tenuta l’Expo 2015. “Il nostro modello localizzativo vuole essere una bussola per tutti quei player che hanno la necessità di insediare degli hub urbani nella provincia milanese”, ha aggiunto Faini.

Dall’analisi di World Capital emerge che l’area più idonea per la localizzazione di un magazzino last mile nella provincia di Milano è la zona Milano Fiera Rho



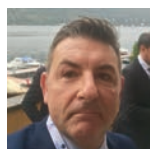
RISPONDONO A **3** MANAGER
5 DOMANDE

La logistica urbana: un problema da risolvere

a cura di **Paolo Giordano**

Tre manager, Daniele Ciulli, direttore generale dell'Interporto della Toscana Centrale, di Prato, Massimo Marciani, presidente del Freight Leaders Council, e Franco Pasqualetti, presidente dell'Interporto di Padova, rispondono alle nostre domande sulla logistica urbana. Un tema che, alla luce del tanto parlare di sostenibilità ambientale e sociale, resta, a dire il vero non solo nel nostro paese, irrisolto, a scapito della vivibilità delle nostre città. Un tema che sarà quindi sempre più all'ordine del giorno.

1 L'ECOMMERCE, È OPINIONE COMUNE, CONTINUERÀ A CRESCERE, SPECIALMENTE PER ALCUNE MERCEOLOGIE, COME ABBIGLIAMENTO E ALIMENTARI. LA LOGISTICA, QUINDI, VEDRÀ AUMENTARE I PROPRI IMPEGNI. QUALI RIPERCUSSIONI SULLE AZIENDE LOGISTICHE PER L'ORGANIZZAZIONE DELLA DISTRIBUZIONE IN CITTÀ?



Ciulli. Ritengo che oltre un limite fisiologico rappresentato dall'eCommerce si vada incontro al rischio di ritrovarsi con troppi attori che consegnano le merci in città. Con la diretta conseguenza di creare un accesso disorganizzato nelle zone urbane e di avere un impatto pesante dal punto di vista ambientale per tutta la società. Probabilmente, oltre una certa soglia limite di eCommerce, si arriverà alla necessità e alla convenienza di reintrodurre la consegna in un luogo fisico piuttosto che direttamente a casa. Di fatto, si tornerà al modello col cliente che si fa carico dell'ultimo passaggio



"L'eCommerce rischia di destabilizzare le consegne urbane ancor di più: troppi gli attori che consegnano in città", dice Ciulli

della consegna andando a ritirare in negozio la merce invece di aspettarla a casa. Una tendenza che penso si possa moltiplicare nei prossimi anni. Anche perché l'alternativa è quella di ritrovarsi con centinaia di furgoncini che girano

per la città, col carico di inquinamento ambientale che ne consegue.

Marciani. Tutto l'eCommerce è aumentato di volume nell'ultimo anno e mezzo a causa del Covid. In Italia nel

settore dei prodotti alimentari c'è stata una sostanziosa crescita. Questo ha portato a un conseguente aumento delle consegne dell'ultimo miglio associate alle vendite online. In forte crescita anche il settore degli acquisti online di capi di abbigliamento. Per questi ultimi c'è da segnalare la caratteristica dell'alto numero di resi, che ha creato un flusso parallelo di spedizioni di ritorno. Il boom del commercio elettronico negli ultimi anni ha portato a un notevole aumento dei pacchi in consegna a domicilio, con un'enorme impennata nel numero di ordini spediti. Ogni casa è diventata un potenziale punto di consegna. Un nuovo scenario che ha esasperato l'impatto della distribuzione urbana delle merci. Ma, più in generale, tutto il commercio elettronico, da anni, sta trovando sempre più il favore dei cittadini con conseguenti aumenti di flussi e di vo-

lumi. Tutto questo, a sua volta, non potrà non avere un impatto sulla congestione del traffico, sull'inquinamento e sul rumore nelle aree urbane, dove la pressione è già alta a causa dell'aumento della densità urbana. Le città ora ospitano più della metà della popolazione mondiale. Le aziende di distribuzione e di trasporto hanno visto un forte aumento della domanda con la richiesta di servizi sempre più flessibili e personalizzati che però incontrano un serio ostacolo lungo la strada: il rebus dell'ultimo miglio. La diversificazione dei canali di consegna e la crescente gamma di servizi offerti dai rivenditori e dagli operatori logistici stanno portando a cambiamenti nei modelli di flusso delle merci urbane, a una maggiore complessità del sistema, giorno dopo giorno. Questi cambiamenti sono amplificati da fattori sociali e comportamentali come le tendenze demogra-

fiche, la globalizzazione delle catene di approvvigionamento e l'adozione di nuove tecnologie di consumo. Abbiamo quindi la necessità di ripensare i nostri modelli non solo logistici ma direi addirittura di vita.

Pasqualetti. LL'eCommerce, specialmente dopo la pandemia, è diventato una realtà molto più massiccia. Il fenomeno di questo periodo è quello per cui si tende ad andare oltre il servizio dei corrieri espressi tradizionali (che non possono e in parte non vogliono essere gli unici interlocutori di queste consegne). Chi sta organizzando "in proprio" l'eCommerce ha spesso un'organizzazione integrata con la vendita e quindi con esigenze talmente spinte e specifiche anche negli orari di consegna tali da rendere inattuabile una rottura di carico per un distributore "terzo" (qualsiasi esso sia).

2 LA LOGISTICA URBANA È UN MONDO A SÉ, CHE METTE INSIEME DIVERSI PROTAGONISTI ANCHE CON INTERESSI CONTRAPPONENTI. CIÒ PUÒ RENDERE IL PROBLEMA INESTRICABILE, SPECIALMENTE NELLE GRANDI AREE METROPOLITANE?



Pasqualetti. La logistica urbana privata è molto ben congegnata dai corrieri presenti da tempo nel nostro mercato.

Oggi molti di essi stanno utilizzando mezzi a basso impatto ambientale e, trattandosi di aziende efficienti, hanno un'ottima qualità dei loro servizi di distribuzione. Possiamo dire che un servizio "pubblico" di distribuzione urbana (come Cityporto Padova per esempio), considerata l'enorme mole di merce che fluisce in città anche grazie al mercato elettronico, oggi è in grado di servire meglio quella fetta (non trascurabile) di mercato della distribuzione e del commercio tradizionali che altrimenti potrebbero essere



Vista di Padova. "Un servizio 'pubblico', ad esempio come Cityporto che da oltre 15 anni distribuisce le merci al centro di Padova, sarebbe il più efficiente", sottolinea Pasqualetti

poco serviti da una logistica concentrata più sui nuovi mercati di eCommerce che garantiscono grandi volumi.

Ciulli. L'importanza delle amministrazioni pubbliche è quella di portare avanti politiche e strategie di mobilità >

e logistica nell'ottica dell'interesse della comunità. Se ogni privato cerca di massimizzare il proprio profitto, allora come contraltare ci deve essere il pubblico che riorganizza i servizi in modo che si garantiscano gli interessi di tutti i cittadini. Nell'ambito della logistica urbana questo si traduce nel limitare l'invasione dei furgoncini all'interno delle aree urbane, e l'impatto ambientale e fisico della distribuzione punto per punto, casa per casa. Questo è fondamentale soprattutto nelle grandi città che hanno da tutelare anche gli aspetti legati alla qualità del turismo.

Marciani. La crescita dell'eCommer-

ce viene percepita in maniera diversa secondo la prospettiva degli attori coinvolti: imprese private (società di trasporto e spedizione, piccoli rivenditori, grandi rivenditori e operatori logistici), le amministrazioni pubbliche e i cittadini-consumatori in generale, categorie che spesso hanno interessi diversi, come da lei sottolineato, spesso contrastanti. Gli interessi delle imprese private sono evidenti, al momento invece sono meno chiare quelle delle amministrazioni pubbliche e a volte anche quelle dei cittadini, che da un lato accettano volentieri la comodità dell'eCommerce, delle consegne a casa e in tempi brevi, ma dall'altra so-

no giustamente consapevoli e spesso spaventati dei danni all'ambiente che possono essere causati dall'aumento del traffico urbano. D'altro lato le amministrazioni pubbliche dovrebbero essere interessate a favorire l'accessibilità dei propri territori a beneficio del benessere dei cittadini e dello sviluppo delle imprese senza compromettere la legalità, la trasparenza, la dignità del lavoro svolto dagli operatori logistici. A questo punto è evidente che informare gli utilizzatori dei servizi di consegna sul valore del servizio offerto e sul giusto compenso per chi lo svolge, debba essere un impegno prioritario del decisore pubblico.

3 IL "SISTEMA" DELLA LOGISTICA URBANA DEVE NECESSARIAMENTE ESSERE DISCIPLINATO E GESTITO DALLE AMMINISTRAZIONI LOCALI. FINORA, CON SCARSI RISULTATI, GLI INTERVENTI CHE SONO STATI FATTI DAI COMUNI, SPECIALMENTE NEI GRANDI CENTRI, SONO STATI SOLO DI CARATTERE RESTRITTIVO, IMPONENDO "LIMITI". QUALE SAREBBE INVECE LA STRADA DA PERCORRERE?



Marciani. La politica, locale e nazionale, su questo tema è ancora in una fase iniziale di analisi del problema e di conse-

guente ricerca di soluzioni. La scelta dei divieti e delle limitazioni, in grande voga negli anni passati, ha già dato prova della sua inefficacia e quindi dobbiamo passare ad una nuova stagione di incentivazione ai comportamenti meno impattanti. Ricordiamo che per sostenibilità non si intende solo quella ambientale, ma anche quella economica e soprattutto quella sociale, direi. La logistica dell'ultimo miglio deve essere compresa nel quadro della city logistics, volta all'ottimizzazione totale delle attività logistiche e di trasporto da parte di aziende private, non solo con il supporto di sistemi informativi avanzati nelle aree urbane, considerando l'ambiente, la



"La scelta dei divieti, che è stata in gran voga, è risultata inefficiente nelle aree urbane. Servono, invece, incentivi ai migliori comportamenti", afferma Marciani

congestione, la sicurezza e il risparmio energetico nel quadro di un'economia di mercato ma soprattutto, e ci ritorno perché il tema mi sta particolarmente a cuore, rispettando l'etica del lavoro. I responsabili politici e pianificatori regio-

nali piano piano ne stanno prendendo atto. Le nuove frontiere, come il physical internet, possono essere terreno fertile per iniziative che affrontano gli aspetti sostenibilità economica, operativa, sociale e ambientale del trasporto e della

logistica, mitigando le inefficienze del segmento dell'ultimo miglio. Negli ambienti urbani, per esempio, la logistica come servizio - LaaS - consentirebbe una ottimizzazione diffusa di spazi urbani e di slot temporali all'interno di un ecosistema che prevede una logistica cittadina iperconnessa. Nella logistica legata al commercio elettronico, l'infrastruttura dei dati e la gestione delle informazioni sono fondamentali per ottimizzare i percorsi, accelerare le consegne, migliorare l'efficienza energetica e aumentare la capacità operativa della distribuzione e della reverse logistics, per rendere l'intero sistema più ecologico.

Pasqualetti. Non credo che le ammi-

nistrazioni pubbliche siano veramente in grado di agire con la dovuta professionalità nel servizio di distribuzione urbana; fanno un altro mestiere. La ricetta di un servizio come Cityporto è più articolato, quello che si chiede alle amministrazioni pubbliche è di "volere" con decisione questo tipo di servizio, avendo il coraggio "politico" di chiudere aree della città in funzione di servizi alternativi di distribuzione. Le amministrazioni comunali inoltre, considerato che hanno "le chiavi" della città, dovrebbero già oggi "conoscere" in tempo reale chi entra a fare la distribuzione e quali sono le esigenze del cittadino che riceve e degli operatori che consegnano. Troppo spesso la gestione dei permessi e delle regole

non viene gestita e analizzata adeguatamente. Il centro cittadino è un complesso organismo fatto di commercio e di residenziale e per gestirlo occorre prima di tutto conoscere la realtà (non basta commissionare uno studio ogni tanto per capire com'era un anno prima...)

Ciulli. Sicuramente non quella di imporre limiti, bensì di porre le condizioni per cui i vari soggetti privati nell'ambito della logistica possano trovare un accordo per collaborare assieme. Sono gli stessi privati a dovere essere messi nelle condizioni di potere ottimizzare l'organizzazione dei servizi, riducendo la dispersione (e i conseguenti costi) fra i vari attori della catena logistica.

4 IN ITALIA, CI SONO ALCUNI ESEMPI POSITIVI, COME L'ESPERIENZA PADOVANA DI CITYPORTO, NATA NEL 2004. È UN MODELLO APPLICABILE ANCHE IN REALTÀ URBANE BEN PIÙ GRANDI?

Ciulli. Come dicevo prima, ad esempio a Padova, il Comune non ha imposto lo stop all'accesso in centro storico, bensì ha spinto i privati a mettersi d'accordo per limitare confusione e dispersione, trovando nel locale interporto l'ottimizzatore dell'organizzazione generale. Onestamente non so se per realtà più grandi questo possa essere un modello consono, ma di sicuro per realtà delle dimensioni di Padova, e quindi anche per quella pratese che seguì in prima persona, può essere assolutamente un modello replicabile. Anzi sarebbe auspicabile riuscire ad andare verso questa direzione.

Marciani. Su questo argomento cercherò di essere il più possibile obiettivo visto che parliamo del primo progetto che ho seguito in Italia sul tema della distribuzione urbana delle merci tanti anni fa, all'inizio degli anni 2000. Quando



Un drone distribuisce un pacco in città. "Una delle soluzioni anche prossime", dice Marciani

abbiamo prospettato all'interporto di Padova la possibilità di ampliare la propria offerta di servizi dalla logistica "pesante" a quella distributiva dell'ultimo miglio, la disponibilità a spingersi fuori dalla propria comfort zone ha generato la nascita

di Cityporto: un servizio di distribuzione urbana delle merci con mezzi a metano ed elettrici ideato e gestito dallo stesso interporto che ha come obiettivo il miglioramento della qualità dell'ambiente urbano attraverso il trasporto sostenibile, >

l'intermodalità, e una riduzione del traffico. Il modello che prevede un operatore (di fatto) unico funziona nella provincia ma non nelle aree metropolitane dove invece ha preso piede la sua evoluzione costituita dal modello di accreditamento degli operatori "virtuosi". Dopo 20 anni si è affermata la omnicanalità da un lato e l'integrazione dei canali di consegna dall'altra: centri di consolidamento e punti di ritiro di prossimità, armadietti au-

tomatizzati per il presente, droni e veicoli autonomi per il futuro anche immediato sono gli esempi più evidenti di ottimizzazione del servizio. E poi l'analisi dei dati (data mining, data analytics, big data...) attraverso anche la mappatura del comportamento dei consumatori, sempre nel rispetto della privacy e concorrenza, consentirebbe di arrivare a soluzioni sempre più personalizzate e sempre meno impattanti per l'ambiente.

Pasqualetti. Il modello Cityporto è replicabile anche nelle grandi città perché già oggi gli operatori della distribuzione dividono le aree come se fossero città nelle città, in quanto la capacità e le caratteristiche di un furgone sono sempre le stesse sia che ci siano 200 mila abitanti oppure un milione. Basta dividere le aree e moltiplicare i centri di distribuzione urbana.

5 LE ISTITUZIONI, OLTRE ALLE AMMINISTRAZIONI COMUNALI, COME LO STATO E LE REGIONI, POSSONO AVERE UN RUOLO NELL'AFFRONTARE IL PROBLEMA, DETERMINANTE SE VOGLIAMO CAMBIARE IL VOLTO DELLE NOSTRE CITTÀ, ALCUNE TRA LE PIÙ INQUINATE D'EUROPA?

Marciani. Oltre alle amministrazioni comunali, tutta la politica dovrebbe riflettere sull'impatto economico, ecologico e sociale causato dal boom dell'eCommerce. Gli aspetti associati alla qualità della vita delle persone, l'impiego delle infrastrutture, i rischi per la salute dovuti all'inquinamento, al rumore e agli incidenti. Molte autorità cittadine stanno passando a nuovi modelli di mobilità con una maggiore enfasi sul trasporto pubblico e altre opzioni non inquinanti, come le biciclette. Ma più in generale anche a livello regionale e centrale si deve analizzare il problema, nel presente e in prospettiva, e scegliere una linea politica che possa massimizzare i vantaggi del commercio elettronico minimizzandone invece le ricadute negative.

Pasqualetti. Come già detto le istituzioni cittadine preposte alla mobilità devono avere conoscenza dinamica ed aggiornata dei flussi e degli operatori, la tecnologia non deve servire solo a fare multe o ad impedire gli accessi, la merce si deve muovere e deve arrivare a destinazione e molto probabilmente ci arriverà con soluzioni sempre un passo avanti alla capacità delle amministrazioni di rendersene conto. Solo chi conosce governa realmente.



"Serve una svolta per la soluzione del traffico nelle aree urbane per assicurare un miglioramento della vita dei cittadini", sottolinea Ciulli

Ciulli. Nelle realtà più piccole c'è la necessità di un coordinamento fra più amministrazioni comunali: un'azione fondamentale per mettere d'accordo più territori verso una strategia comune. Poi il ruolo centrale di indirizzo ce l'ha la Regione, che deve individuare l'obiettivo finale da perseguire, e sistemi incentivanti o disincentivanti per il raggiungimento di una finalità che vada nell'interesse dalla comunità. Regioni e Comuni quando individuano le strategie per la logistica e per i trasporti dovrebbero sempre tenere conto dei costi derivanti dall'inquinamento, dal traffico e della manutenzione delle strade. Ele-

menti di costo nascosti, che non sono immediatamente misurabili, ma che poi si rivelano molto impattanti e causano un peggioramento nella qualità della vita dell'intera cittadinanza. Le istituzioni pubbliche devono dare indirizzi che vadano nella direzione di modelli di città dove si vive meglio grazie a minore traffico, disagi e smog. Politiche che nel lungo periodo garantiscono anche una minore spesa per la sanità pubblica, visto che assicurano un miglioramento della qualità della vita della comunità. Mi auguro che ci possa essere al più presto una svolta in tutta Italia verso questo tipo di politiche strategiche. ■

Un servizio per la collettività

Stralciamo dal Quaderno n. 29 del Freight Leaders Council, "La logistica e il 2020. Nulla sarà come prima", una parte dedicata alla distribuzione urbana delle merci.

La scelta della soluzione più appropriata per realizzare un modello di governance della logistica urbana dipende sostanzialmente dalla capacità di individuare i driver, e la natura dei problemi e delle sfide che abbiamo di fronte, gli obiettivi che vogliamo perseguire, la struttura fisica della città ed anche la natura della logistica e delle relative filiere. Le aree urbane e le città presentano spesso caratteristiche distinte e uniche, e pertanto il modello di governance deve essere individuato tenendo ben conto di queste diverse e uniche caratteristiche. La costruzione del consenso è un processo lungo e le attività necessarie potrebbero richiedere molto tempo perché la logistica urbana è un business complesso, con molti attori interessati e con molte attività coinvolte. In questo periodo tutti gli stakeholder hanno avuto modo di apprezzare il servizio svolto dalla logistica (anche quella urbana) come un servizio pubblico essenziale al pari della fornitura di energia elettrica, di gas, di acqua, di connettività, di servizi sanitari. Questo concetto di servizio pubblico si basa anche sul fatto che le persone



La logistica ha dimostrato, specie durante il lockdown, di avere le caratteristiche proprie di un qualsivoglia servizio pubblico: ha permesso di rifornire la collettività

hanno alternative di mobilità legate sia alle necessità di servizi o di lavoro, sia al mezzo da utilizzare mentre le merci non hanno tutta questa flessibilità pertanto una minor congestione nelle ore di punta derivante da una diffusione dello smart working riduce inquinamento complessivo e velocizza la distribuzione merci. Da ultimo non va dimenticato che le misure, direttamente o indirettamente, avranno impatti non solo su problematiche quali

le emissioni nocive e la congestione, ma anche sull'attrattività dell'area per le imprese e per i cittadini, è quindi quantomai importante organizzare nel modo più opportuno le campagne di monitoraggio e di valutazione in modo da mettere quanto più possibile a confronto le aspettative con i risultati raggiunti in un processo continuo e continuativo.

È indispensabile ricordare che la logistica urbana ha come caratteristica distintiva quella di essere non solo un'attività derivata, ma un vero e proprio ecosistema che comprende produttori, grossisti, operatori della logistica e del trasporto merci, commercianti, cittadini e pubblica amministrazione. Ognuno ha caratteristiche, prospettive, obiettivi e/o strategie diverse e, spesso, legittimamente contrastanti e pertanto, per ogni misura che si voglia attivare è essenziale coinvolgere e ascoltare le parti interessate il cui impegno attivo (ad esempio, di residenti, negozianti di prossimità e operatori logistici locali) è la chiave per ottenere l'accettazione della singola misura.

Una raccomandazione per l'amministrazione pubblica è di omologare la tassazione del negozio fisico a quello virtuale



Indicazioni per la pubblica amministrazione centrale. Analizzare in modo puntuale le misure che possono favorire l'eCommerce in confronto al retail tradizionale per verificarne gli impatti sul macrosistema commerciale e sociale. Omologare la tassazione del negozio fisico a quello virtuale. Monitorare il concentrazione su poche piattaforme e l'impedimento all'ingresso dei piccoli operatori. Valorizzare il costo di consegna all'interno del prezzo del bene (come per il negozio fisico). Impedire il dumping sociale per i lavoratori del settore. Favorire un ampio utilizzo dello smart work fra i dipendenti pubblici e incentivarlo nelle aziende private. Incentivare l'ammodernamento del parco mezzi favorendo l'adozione di veicoli commerciali leggeri a minori o nulle emissioni.

Indicazioni per la pubblica amministrazione locale. Il modello di governance dei flussi logistici in ambito urbano deve evolvere da un approccio guidato da limitazioni e restrizioni ad uno legato ad armonizzazione e premialità in modo da favorire la nascita di ecosistemi locali in grado di fornire il livello di servizio richiesto dai cittadini in ragione di quanto sostenibile dalla situazione locale (diverse città, diversi modelli ma tutti con il medesimo approccio sostenibile). Favorire la transizione tecnologica ed energetica dei veicoli commerciali (anche quelli di proprietà del Comune o di aziende controllate) favorendo l'adozione di veicoli a minori o nulle emissioni. Favorire il recupero di aree dismesse funzionali a una distribuzione di prossimità con cargo bike e mezzi ecologici complementari al trasporto tramite veicoli commerciali. Lavorare sui tempi e sugli orari delle città in modo integrato per passeggeri e merci evitando le concentrazioni di flussi in ore di punta, favorendo attivi-



I consumatori devono capire che la consegna a casa ha un costo, che deve essere comunque pagato

tà fuori orario, armonizzando gli orari di apertura di negozi, scuole ed attività produttive durante tutto l'arco della giornata. Favorire un ampio utilizzo dello smart working fra i dipendenti degli enti locali e delle aziende controllate e incentivarlo nelle aziende private.

Indicazioni per gli stakeholder. Verificare con operatori (anche concorrenti) l'opportunità di collaborare all'interno di un ecosistema (lottare prima per far crescere il mercato e solo dopo per aggiudicarsi quote dello stesso) creando reti di imprese non solo integrate verticalmente ma anche orizzontalmente. Adottare i principi propri della Green Economy non solo per la componente di contenimento delle emissioni ma anche per quanto riguarda lo sharing delle risorse (siano esse infrastrutture, come magazzini, transit point, oppure veicoli o sistemi informativi) in modo da sfruttare al meglio i tempi e gli spazi di consegna e di ritiro nelle città. Creare un legame trasparente fra produttore, committente e cliente utilizzando le risorse della digitalizzazione in modo da rendere tracciabile in tempo reale l'intero processo di consegna del bene (incluse le sue caratteristiche e indicatori di status/conservazione, necessari per il settore agroalimentare e farmaceutico).

Indicazioni per i consumatori. Aumen-

tare attraverso l'informazione e la conoscenza dei processi commerciali e distributivi la propria consapevolezza in termini di scelte individuali. Infatti, quando scegliamo di acquistare su canali eCommerce selezionando una piattaforma piuttosto che un negozio fisico noi tutti compiamo una scelta individuale che ha effetti di politica economica e pertanto dobbiamo essere consapevoli non solo dell'immediato (eventuale) vantaggio che ne traiamo ma anche dell'impatto che la nostra scelta ha sul territorio in cui viviamo e sul tessuto economico dello stesso. Dobbiamo essere coscienti che ogni servizio a cui accediamo ha un valore e quindi un costo che deve essere sostenuto dal singolo consumatore, dal venditore del bene o dalla collettività nel suo insieme (non è pensabile pretendere di ricevere merce a casa senza pagare nulla, il servizio deve essere remunerato in ragione dei livelli richiesti. In un'ora, in un giorno, in tre giorni e così via: non esiste la consegna gratuita delle merci così come non esiste l'utilizzo gratuito di un mezzo di trasporto delle persone, sia esso collettivo/pubblico e/o privato/individuale). È fondamentale avviare una campagna di comunicazione sulla tematica delle consegne a casa e delle scelte di acquisto al fine di avere cittadini/consumatori consapevoli dell'impatto collettivo delle singole scelte individuali. ■

La discrasia tra "grandi" obiettivi e l'odierna realtà

Mentre l'Unione europea programma l'Euro 7, in Italia, il parco circolante dedicato al trasporto merci è vetusto: i veicoli sopra le 3,5 tonnellate, nel conto proprio, che rappresenta il 31,1% del totale, sono per il 70% ante Euro 4, mentre nel conto terzi tale quota ammonta al 39,5%.

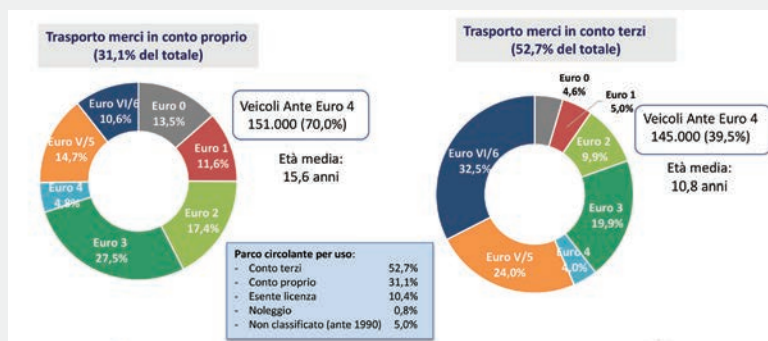
di **Carlo Sestieri**

Gli obiettivi della sostenibilità ambientale e della transizione ecologica, su cui l'Unione europea spinge con particolare forza, passano certamente anche per un "rimodellamento" del traffico, specie nelle aree cittadine. Infatti, secondo un rapporto, datato 2019, dell'Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale-Ispira, in Italia, il traffico è la prima sorgente di ossidi di azoto, sia che si parli del livello nazionale, del livello regionale o di quello urbano. Il rapporto sottolinea che, nel nostro paese, il settore trasporti rappresenta il 46% delle emissioni di NOx, mentre nel bacino padano il contributo sale al 50%, fino al 54% in Lombardia e al 70% nel capoluogo Milano. L'Italia sul fronte dell'inquinamento non è certamente messa bene. Ad esempio, secondo l'Agenzia europea dell'ambiente, tra le dieci città europee più inquinate (dieci posti che rappresentano una "partita" giocata tra l'Italia e la Polonia, infatti la top ten è composta da sei città polacche e da quattro italiane) troviamo Cremona sul podio al secondo posto (preceduta da Nowy Sacz, città di circa 90 mila abitanti nell'estremo sud della Polonia), Vicenza, "medaglia di legno" al quarto posto, Brescia al nono e Pavia al decimo. Due aspetti aggravano questa spiacevole situazione del nostro paese: la scarsa attenzione dimostrata in generale dalle amministrazioni locali alla logistica ur-

Il parco circolante in Italia

Fonte: Unrae

(veicoli industriali sopra le 3,5 tonnellate)



Il mercato

Fonte: Unrae

(veicoli industriali pari o superiori alle 16 tonnellate, variazione % 2021 su 2019)



Il mercato per alimentazione

Fonte: Unrae

(veicoli industriali sopra le 3,5 tonnellate)

Alimentazione	I trim. 2019	I trim. 2020	I trim. 2021	var.%		quote%		
				2021 vs 2019	2021 vs 2020	I trim. 2019	I trim. 2020	I trim. 2021
Diesel	5.512	4.888	6.411	+16,3	+31,2	91,2	93,4	93,5
GNL	345	233	312	-9,6	+33,9	5,7	4,5	4,5
di cui solo GNL	342	193	293	-14,3	+51,8	5,7	3,7	4,3
di cui Diesel+GNL	3	40	19	+533,3	-52,5	0,0	0,8	0,3
Metano	180	94	120	-33,3	+27,7	3,0	1,8	1,7
Ibrido (diesel+elettrico)	6	17	14	+133,3	-17,6	0,1	0,3	0,2
Elettrico	3	1	2	-33,3	+100,0	0,0	0,0	0,0
Totale	6.046	5.233	6.859	+13,4	+31,1	100,0	100,0	100,0

centivare l'uso di veicoli fino all'Euro 3 con, ad esempio, l'esclusione dell'ammortamento in bilancio per interventi di manutenzione, la maggiorazione del costo del passaggio di proprietà, la rimodulazione del bollo, il rinnovo della validità della revisione a scalare. Altre misure devono tendere a far crescere il livello tecnologico dei nostri veicoli anche attraverso una rimodulazione a scalare del rimborso dei pedaggi e delle accise sulla base delle classi Euro e delle tecnologie presenti sul veicolo. Quest'ultimo è un altro tasto dolente: secondo le recenti

banca (alla quale abbiamo dedicato le precedenti pagine, ndr) e l'arretratezza del parco degli automezzi dedicati al trasporto merci.

Il tema del parco circolante in Italia di veicoli industriali è stato affrontato in una recente conferenza stampa organizzata dall'Unione nazionale rappresentanti autoveicoli esteri-Unrae, dalla Federazione italiana concessionari auto-Federauto e dall'Associazione nazionale filiera industria automobilistica-Anfia. Ne è uscito un quadro assai poco rassicurante sia per la vetustà dei mezzi sia per la loro, conseguente, arretratezza in termini di sicurezza e di inquinamento. Infatti, nel settore dei veicoli sopra le 3,5 t, i mezzi ante Euro 4 che circolano nel nostro paese sono 390 mila, il 56,0% del totale, con un'anzianità media di 13,4 anni, mentre nel settore sopra le 16 t, i veicoli ante Euro 4 sono 190 mila, il 45,5% del totale, con un'età media di 11,5 anni. Sconfortante è poi il confronto con due paesi nostri concorrenti, ossia la Francia e la Germania: i mezzi superiori alle 3,5 t fino all'Euro 2 compreso da noi rappresentano il 33,8% del totale, in Francia il 13,3% e in Germania solo il 7,2%, mentre, per quanto concerne i veicoli Euro 6, da noi sono il 20,5%

Nel primo trimestre di quest'anno, gli acquisti di veicoli oltre le 3,5 tonnellate hanno riguardato per il 93,5% mezzi con alimentazione diesel e il 6,2% tra alimentazione a GNL e a metano



del totale, sempre sopra le 3,5 t, mentre in Francia sono il 45,8% e in Germania il 56,7%. In questa situazione, è evidente che la programmazione dell'Euro 7, portata avanti dall'Unione europea, rappresenta per il nostro paese una vera "fuga in avanti". Il nostro problema reale è quello di lavorare, e in questo occorre un impegno delle istituzioni, per rinnovare e riallineare il nostro parco mezzi su target più avanzati. In primo luogo, servono misure, come è stato sottolineato dalla conferenza stampa, che mirino a disin-

stimo Unrae, sui nostri veicoli Euro 6, sotto o pari alle 3,5 t, solo il 26% ha in dotazione i dispositivi di frenata autonoma di emergenza e di mantenimento della corsia e il 51,8% è dotato del tachigrafo elettronico, mentre soltanto il 6% ha il tachigrafo intelligente. Una situazione, quindi, da questi pochi dati, che deve essere affrontata dalle istituzioni in maniera seria, con provvedimenti mirati e, come è stato detto nella citata conferenza stampa, "senza mettere troppa carne al fuoco". ■

Sistema portuale: i primi interventi del Pnrr

Stanziati i primi 2,8 miliardi per migliorare i nostri scali, intervenendo su dighe, moli, banchine, dragaggi e collegamenti dell'ultimo miglio.

Si cominciano a spendere i fondi del Piano nazionale di ripresa e resilienza. Infatti il ministro delle Infrastrutture e della Mobilità sostenibili Enrico Giovannini ha firmato nei primi giorni di settembre i decreti attuativi attraverso i quali sono stati assegnati 2,8 miliardi di euro ai porti, 600 milioni per i bus ecologici e 500 milioni per i treni regionali. Lo stanziamento per i porti, con fondi aggiuntivi provenienti dal Fondo complementare (varato dal governo con una dotazione di circa 31 miliardi di euro che saranno utilizzati per finanziare, come nel caso dei porti, interventi a completamento di quelli

sviluppo dell'accessibilità dei porti. In particolare, i fondi verranno impiegati per potenziare e consolidare le dighe, le banchine e i moli. Altro capitolo di spesa è l'adeguamento delle infrastrutture portuali alle nuove esigenze dettate dal gigantismo navale. Tra i progetti finanziati c'è anche quello del faro del porto di Genova, dove è prevista la realizzazione di un nuovo frangiflutti per consentire l'accesso a navi di nuova generazione, l'adeguata protezione delle banchine interne e l'innalzamento dei livelli di sicurezza delle manovre di ingresso. Sarà così assicurato un miglioramento del sistema portuale genovese. 390 milioni di euro

Vista del porto di Genova. Allo scalo sono destinati investimenti per migliorarne l'accessibilità anche a navi di nuova generazione



previsti nel Piano), è destinato per il 43% al Mezzogiorno e mira a mettere in moto molti progetti già presenti nel Pnrr per il sistema portuale. In primo piano sono gli interventi per lo

250 milioni di euro riguardano investimenti per il miglioramento dell'ultimo miglio ferroviario/stradale per i porti di Trieste, Venezia, Civitavecchia, Napoli, Salerno e Ancona.

sono stati destinati per "l'aumento selettivo della capacità portuale". Capacità che si vuole incrementare attraverso la realizzazione di dragaggi, di nuovi moli e nuove piattaforme logistiche.

Nel Piano nazionale di ripresa e resilienza, la "terza missione" è dedicata alle "Infrastrutture per una mobilità sostenibile", con lo stanziamento complessivo di 31,4 miliardi di euro, comprendendo quelli previsti direttamente dal Piano e quelli del Fondo complementare, che dovrebbero ammontare a circa 6,3 miliardi. La spesa maggiore (nel Pnrr è fissata a 24,77 miliardi di euro) è destinata al sistema ferroviario. Il Piano sottolinea a questo proposito: "Gli investimenti rafforzano le infrastrutture del Mezzogiorno, in particolare l'alta velocità ferroviaria, contribuendo anche a migliorare l'occupazione in tutta la catena logistica. L'attuale sistema delle infrastrutture del trasporto in Italia sconta carenze e ritardi che hanno effetti significativi sul potenziale di crescita e sulla competitività del paese. Tale debolezza è acuita dal permanere di forti divari territoriali, che travalicano l'usuale differenza fra nord e sud; ma anche tra aree urbane e aree interne e rurali, che rappresentano un forte ostacolo alla convergenza economica e sociale e determinano livelli di qualità dei servizi di trasporto molto difformi sul territorio". La "Missione 3" si articola, quindi, su due componenti, la prima dedicata agli investimenti sulla rete ferroviaria e la seconda all'intermodalità e alla logistica integrata. Sottolinea il Piano: "Gli interventi contenuti nella prima componente sono destinati allo sviluppo del sistema ferroviario italiano, al completamento dei prin->



Il Pnrr ha l'obiettivo di superare attuali criticità del settore logistico attraverso il diffuso uso delle tecnologie digitali

cipali assi ferroviari ad alta velocità ed alta capacità, all'integrazione fra questi e la rete ferroviaria regionale e alla messa in sicurezza dell'intera rete ferroviaria. L'obiettivo principale è potenziare il trasporto su ferro di passeggeri e merci, aumentando la capacità e la connettività della ferrovia e migliorando la qualità del servizio lungo i principali collegamenti nazionali e regionali, anche attraverso il rafforzamento dei collegamenti transfrontalieri. La seconda componente prevede interventi a supporto dell'ammodernamento e della digitalizzazione del sistema della logistica". In generale, per la rete ferroviaria, il Pnrr prevede il completamento dei corridoi ferroviari TEN-T; il completamento delle tratte di valico; il potenziamento dei nodi, delle direttrici ferroviarie e delle reti regionali; la riduzione del gap infrastrutturale nord-sud. Una sottolineatura importante del Piano è quella di voler accelerare gli iter di approvazione sia dei progetti ferroviari sia del contratto di programma con Rfi.

Gli obiettivi generali della seconda componente della Missione 3, riguardo all'intermodalità e alla logistica,

sono "il potenziamento della competitività del sistema portuale italiano in una dimensione di sostenibilità e sviluppo delle infrastrutture intermodali sulla base di una pianificazione integrata; il miglioramento della sostenibilità ambientale, resilienza ai cam-

biamenti climatici ed efficientamento energetico dei porti; digitalizzazione della catena logistica e del traffico aereo; la riduzione delle emissioni connesse all'attività di movimentazione delle merci". Al di là degli investimenti, ovviamente importanti e necessari, il Piano prevede per raggiungere tali obiettivi, alcune riforme: per la portualità, la semplificazione delle procedure per il processo di pianificazione strategica, attuazione del regolamento che definisce l'aggiudicazione competitiva delle concessioni, la semplificazione delle procedure di autorizzazione per gli impianti di cold ironing; per l'intermodalità e la logistica integrata prevede: la semplificazione delle transizioni di importazione/esportazione attraverso l'effettiva implementazione dello sportello unico dei controlli, l'interoperabilità della piattaforma logistica nazionale per la rete dei porti al fine di introdurre la digitalizzazione dei servizi di trasporto passeggeri e merci, la semplificazione delle procedure logistiche e la digitalizzazione dei documenti con particolare riferimento all'adozione della CMR elettronica, alla modernizzazione della normativa sulla spedizione delle merci, all'individuazione

di laboratori di analisi accreditati per i controlli sulle merci.

Il Piano, parlando di riforme, come abbiamo visto, molto di frequente usa termini come "semplificazione delle procedure" e "modernizzazione delle normative". Questi termini rappresentano richieste che gli operatori logistici avanzano alle istituzioni da anni, per non parlare di decenni, come dimostrano le vicende dello sportello unico. Ad esempio il Piano, con l'investimento sulla digitalizzazione della catena logistica, mira "ad affrontare, attraverso l'uso delle tecnologie digitali, le principali criticità del settore a livello nazionale, che possono essere identificate nei seguenti fattori: eccessiva burocrazia nelle procedure, ancora fortemente dipendenti dai documenti cartacei; mancato avvio effettivo dei processi di semplificazione normativa; frammentazione dei sistemi informatici implementati dai vari enti e attori della catena logistica; tempi di attesa per il carico/scarico delle merci e per i consueti controlli che risultano non competitivi rispetto ad altri paesi europei". "Attraverso questo il progetto - aggiunge il Piano - l'investimento aumenterà la competitività logistica nazionale grazie alla realizzazione di un sistema digitale interoperabile tra attori pubblici e privati per il trasporto merci e la logistica, in grado di semplificare procedure, processi e controlli puntando sulla dematerializzazione dei documenti e lo scambio di dati e informazioni. Sarà, infine, favorita la transizione digitale delle imprese che operano in questo settore". Un progetto in pieno condivisibile, c'è solo da chiedersi quali siano i tempi e le modalità di attuazione. Ad esempio, come si supereranno le difficoltà incontrate lungo il cammino dello sportello unico? ■



BONUS PUBBLICITÀ AL 50% SULL'INTERO INVESTIMENTO DELL'ANNO 2021

La legge di bilancio per il 2021 ha confermato il **bonus pubblicità** a favore delle aziende che acquisteranno spazi pubblicitari su carta stampata e online.

L'incentivo fiscale prevede la possibilità di recuperare il 50% dell'investimento 2021 attraverso lo strumento del credito d'imposta.

La domanda andrà fatta attraverso i servizi della Agenzia delle Entrate, entro un limite massimo di 50 milioni di euro per ciascun anno.

EUROMERCI ED **EUROMERCI.IT** rientrano a pieno titolo tra i mezzi che vi consentono di beneficiare degli sgravi.

Il BONUS PUBBLICITÀ è una grande opportunità per fare comunicazione e promuovere la vostra attività, recuperando il 50% dell'investimento.

Non esitate a contattarci per maggiori informazioni e per conoscere le iniziative di **EUROMERCI** per i prossimi mesi.

Per la vostra Pubblicità e/o Comunicazioni via Dem o Banner



EUROMERCI, mensile e web magazine specializzato in Logistica, Supply Chain Management e Trasporti

Pubblicità: RANCATI ADVERTISING srl • Tel. 02 70300088



+ aria pulita
- 2.500 camion
su strada al giorno*

*dato riferito al 2019

Due semplici rotaie? Consorzio ZAI ha visto un'occasione per contribuire al benessere di Verona. Il trasporto ferroviario riduce le emissioni di CO₂, i rischi di ingorghi stradali dovuti al trasporto su gomma, nonché costi e tempi di spedizione.

www.quadranteeuropa.it